



# La rivincita del Mice

Secondo l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, il 2023 vedrà superato il livello di eventi registrato prima della pandemia. Una proiezione che dà ancora più energia al Mice italiano, per il quale Federcongressi&eventi ha in previsione lo studio di settore che permetterà di indagarne il valore economico

Nelle immagini, alcuni momenti della presentazione della nona edizione dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, relativa ai dati 2022

Il trend di progressiva e continua ripresa del nostro settore non è solo un sentiment condiviso dagli operatori di tutta la filiera ma un vero e proprio dato di fatto. La conferma arriva infatti dall'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-Oice, la ricerca promossa annualmente dall'associazione della meeting industry italiana Federcongressi&eventi e realizzata dall'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore - Aseri. La nona edizione dello studio rivela che nel 2022 in Italia sono stati complessivamente realizzati 303.689 tra congressi ed eventi business registrando un aumento pari al 251,3% rispetto al 2021. E contraddistinti dal segno più sono anche partecipanti e presenze. I primi, infatti, sono stati 21.215.934 (+362,7% rispetto al 2021) e le seconde 31.706.600 (+366,4% rispetto

al 2021). Siamo dunque tornati ai livelli pre-pandemia? No, ma ci siamo davvero vicini. Lo scorso anno il turismo congressuale ha recuperato ben oltre il 70% degli eventi realizzati nel 2019, l'ultimo anno di riferimento prima dell'esplosione della pandemia. E parliamo di un recupero decisamente significativo. Non dimentichiamo, infatti, che nel primo trimestre del 2021 erano ancora in vigore alcune restrizioni dovute al Covid19 e che il contesto geopolitico era ancora più complesso di quanto sia oggi. Il recupero del gap rispetto al 2019 è atteso per quest'anno. Il positivo andamento del settore permette infatti di prevedere che il 2023 vedrà addirittura superato il livello di eventi registrato prima della pandemia.

## EVENTI E CONGRESSI: PROMOTORI E DIMENSIONI

Ma vediamo altri dati dell'Oice che permettono di avere uno scenario più definito. Anche nel 2022 le imprese sono state i principali promotori. Più della metà degli eventi, il 52,8%, sono stati infatti eventi aziendali quali convention, meeting e lanci di prodotto. Gli eventi promossi dalle associazioni, soprattutto medico-scientifiche, sono stati il 31,1% mentre quelli promossi dalle istituzioni il 16,1%. Per quanto riguarda la dimensione, il perdurare delle restrizioni sanitarie nei primi mesi del 2022 ha chiaramente impattato sulla provenienza dei partecipanti. La maggior parte degli eventi, il 63,2%, ha infatti avuto una dimensione locale, cioè con partecipanti provenienti prevalentemente dalla stessa regione nella quale si è svolto l'evento. Il 28,5% ha invece avuto un orizzonte nazionale e l'8,3 internazionale.





### EVENTI E CONGRESSI: DOVE SI SVOLGONO

La maggior parte dei congressi e degli eventi, il 59%, si è svolta al Nord, area che concentra più della metà delle sedi, il 53%. Il Centro ha ospitato il 24,4% degli eventi, il Sud il 10,4% e le Isole il 6,2%. Per quanto riguarda poi le sedi per eventi, gli alberghi congressuali si confermano la tipologia più utilizzata e, infatti, hanno concentrato il 77,3% degli eventi totali. I centri congressi e le sedi fieristico-congressuali hanno ospitato il 3,4% degli eventi, le sedi istituzionali il 9%, gli spazi non convenzionali il 6% e le dimore storiche non alberghiere (abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.) il 2,5%.

### INVESTIMENTI PER LA COMPETITIVITÀ

Nel 2022 le sedi per eventi hanno continuato a compiere investimenti per aumentare la propria competitività e rispondere alle rinnovate esigenze del mercato e anche nel 2023 rafforzano il percorso di crescita e sviluppo. Gli investimenti che le sedi hanno in programma di realizzare quest'anno coinvolgono in particolare: riqualificazione degli spazi interni, implementazione delle dotazioni audio-video, formazione del personale, sviluppo di strumenti di promozione e/o di comunicazione, riqualificazione degli spazi esterni e interventi per l'efficienza energetica.

«L'Oice si è accreditato come la fonte alla quale fanno riferimento non solo le imprese del Mice per modulare in maniera efficace le proprie attività di marketing e promozione ma anche le istituzioni per pianificare azioni mirate di sostegno al settore. E anche in questa edizione non sono mancati focus su specifiche città e destinazioni (Firenze, Torino e

Piemonte, Friuli Venezia Giulia e Veneto) che, proprio grazie ai dati dell'Oice, potranno individuare i modus operandi più validi per aumentare la propria competitività», commenta la presidente di Federcongressi&eventi Gabriella Gentile, che prosegue: «La mission di Federcongressi&eventi di promuovere ricerche che permettano di definire il valore del Mice in Italia non si limita, però, all'Oice. In autunno saranno infatti presentati i risultati della ricerca che, realizzata sempre da Aseri, analizza la situazione patrimoniale, economica e finanziaria delle agenzie che organizzano congressi e convegni. Non solo. L'associazione ha in previsione lo studio di settore che permetterà di indagare il valore economico della meeting industry in Italia per comprenderne la dimensione e la rilevanza all'interno del sistema economico del Paese».

---

Sotto, la presidente  
di Federcongressi&eventi,  
Gabriella Gentile

---

