

# L'IMPATTO DEL COVID-19 SULLA MEETING INDUSTRY ITALIANA: LA PROSPETTIVA DELLE SEDI PER EVENTI E CONGRESSI

**ROBERTO NELLI - PAOLA BENSI**

## **SOMMARIO**

GLI EVENTI CANCELLATI	p.	2
L'IMPATTO SUL FATTURATO	p.	3
LA RISPOSTA DELLE SEDI: INVESTIMENTI PER LA SICUREZZA E LA COMPETITIVITÀ	p.	3
LE MISURE A SOSTEGNO DEL SETTORE	p.	4
LE PRIORITÀ PER LA RIPRESA E IL CONSOLIDAMENTO DEL SETTORE	p.	5
L'IDENTIFICAZIONE DEGLI ORIENTAMENTI STRATEGICI DELLE SEDI	p.	8
<i>L'ORIENTAMENTO REATTIVO ALLA RICERCA DI UNA NUOVA NORMALITÀ</i>	p.	8
<i>L'ORIENTAMENTO PROATTIVO NELLA CONFIGURAZIONE DI UNA NUOVA PROSPETTIVA</i>	p.	11
CONCLUSIONI	p.	12
NOTA METODOLOGICA	p.	12

**RAPPORTO FINALE - LUGLIO 2020**

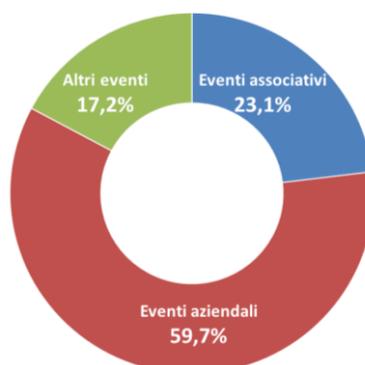
## L'IMPATTO DEL COVID-19 SULLA MEETING INDUSTRY ITALIANA: LA PROSPETTIVA DELLE SEDI PER EVENTI E CONGRESSI

L'emergenza COVID-19 ha comportato una brusca battuta di arresto alla meeting industry italiana, che anche nello scorso anno si era dimostrata in crescita, confermando il percorso di sviluppo intrapreso negli ultimi cinque anni, pari a un tasso di incremento medio del numero di eventi nel periodo 2014-2019 del 4,1% annuo. Per comprendere l'entità delle conseguenze causate dalla diffusione dell'infezione da COVID-19 alle principali sedi per eventi e congressi italiane è stata realizzata nell'ambito dell'**Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi** – a cura di **ASERI-Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali** dell'Università Cattolica e con la collaborazione di **Federcongressi&eventi** – un'apposita ricerca che ha coinvolto 184 tra le più rilevanti strutture italiane presenti attivamente sul mercato (per lo più alberghi congressuali, centri congressi e centri fieristico-congressuali, prevalentemente di medie e grandi dimensioni).

### GLI EVENTI CANCELLATI

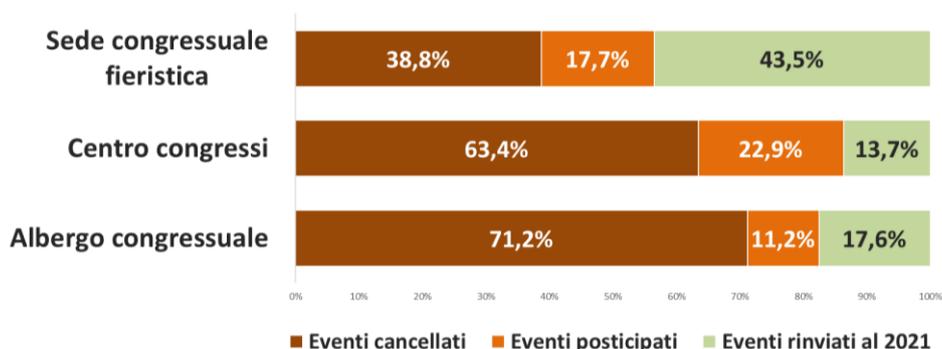
La ricerca si è svolta tra maggio e giugno 2020, nel periodo in cui le sedi avevano ormai preso consapevolezza del destino degli eventi già in calendario, pari almeno al 70% degli eventi complessivi previsti o prevedibili per l'anno in corso. Di questi in media ben il 69,7% risultava già **definitivamente cancellato** – il che può essere tradotto a livello nazionale nella stima di una **perdita di circa 215.000 eventi** –, il 16,9% **rinviato al 2021** e il 13,4% era stato **posticipato a un'altra data dell'anno in corso**. Vi è da sottolineare che ben il 59,7% degli eventi cancellati definitivamente era stato promosso da aziende e il 23,1% era invece costituito da eventi associativi (graf. 1).

Grafico 1 - La tipologia di eventi cancellati definitivamente



In particolare, si evidenziano alcune differenze per tipologia di sede (graf. 2): negli **alberghi congressuali** in media il 71,2% degli eventi previsti è stato definitivamente cancellato, l'11,2% posticipato e il 17,6% rinviato al 2021; nei **centri congressi** il 63,4% di tali eventi risulta cancellato, il 22,9% posticipato e il restante 13,7% rinviato all'anno successivo; nelle **sedi congressuali fieristiche** il 43,5% degli eventi risulta rinviato al 2021, il 38,8% è stato definitivamente cancellato e il 17,7% posticipato a una data successiva sempre del 2020.

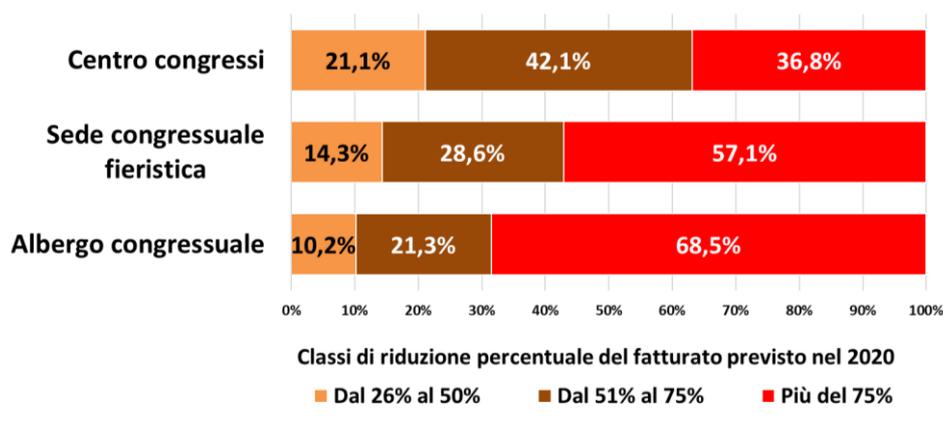
Grafico 2 - Gli eventi cancellati, posticipati o rinviati al 2021



## L'IMPATTO SUL FATTURATO

Questa situazione si è tradotta in una **riduzione del fatturato per eventi e congressi** previsto per il 2020 mediamente del 76,1% rispetto a quello del 2019. In particolare, dalla ricerca emerge che il 21,3% degli **alberghi congressuali** stima una riduzione tra il 51% e il 75% del fatturato e ben il 68,5% valuta un decremento superiore al 75%; il 28,6% delle **sedes congressuali fieristiche** stima una riduzione tra il 51% e il 75% e ben il 57,1% la ritiene superiore al 75%; il 42,1% dei **centri congressi** calcola un calo tra il 51% e il 75% del fatturato mentre solo il 36,8% ritiene che la flessione possa essere maggiore del 75% (graf. 3).

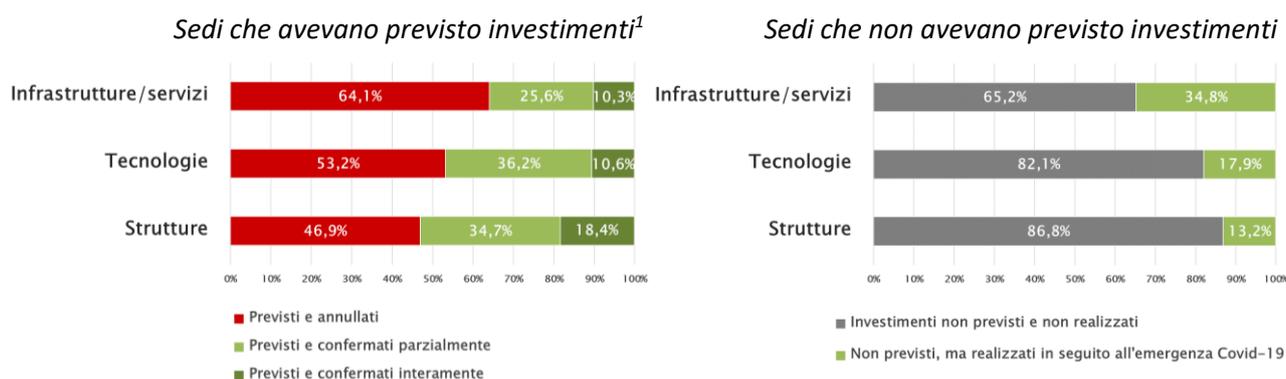
Grafico 3 - Le previsioni di riduzione del fatturato per l'attività di eventi e congressi



## LA RISPOSTA DELLE SEDI: INVESTIMENTI PER LA SICUREZZA E LA COMPETITIVITÀ

L'imprevedibile cancellazione della maggior parte degli eventi che le sedi avrebbero dovuto ospitare ha tuttavia messo in luce la **capacità di reazione del settore** e la sua **tempestività nel rispondere ai cambiamenti** imposti dalla situazione in atto. A fronte, infatti, di una media di circa un 60% di sedi che è stato costretto a rinunciare agli investimenti che aveva previsto di realizzare nel 2020, molte sedi hanno non solo confermato (talvolta solo parzialmente) gli investimenti programmati (graf. 4), ma anche effettuato investimenti non previsti, soprattutto in **infrastrutture/servizi** (da parte del 34,8% delle sedi che non avevano in programma investimenti) e **tecnologie** (17,9%): una decisione dovuta sì alla necessità di adeguamento alle normative di contenimento del contagio, ma anche alla volontà di essere competitivi su un mercato che chiederà sempre più servizi e soluzioni tecnologiche per supportare i clienti nel favorire l'engagement dei partecipanti agli eventi.

Grafico 4 - La situazione degli investimenti per il 2020

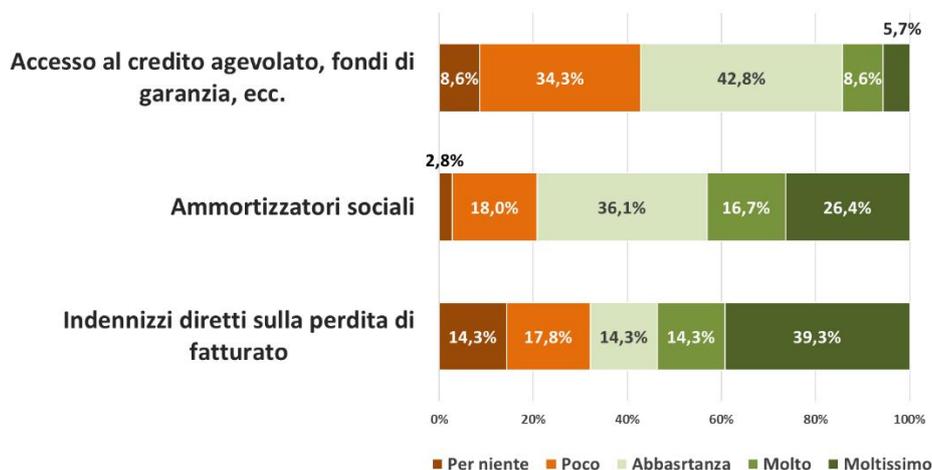


## LE MISURE A SOSTEGNO DEL SETTORE

Per far fronte all'emergenza Covid-19 la quasi totalità delle sedi (90,4%) ha fatto ricorso agli **ammortizzatori sociali** per tutelare il proprio personale; tra le altre risorse messe a disposizione dal Governo, il 45,8% delle sedi si è avvalso delle misure introdotte dal 'Decreto Liquidità' (**accesso al credito agevolato, fondi di garanzia ecc.**) e solo il 36,1% ha richiesto gli **indennizzi diretti sulla perdita di fatturato**.

L'efficacia di tali misure non è stata valutata in modo uniforme dalle strutture che le hanno utilizzate (graf. 5), ritenendole in alcuni casi non sufficienti per affrontare lo stato di crisi. Per quanto riguarda gli ammortizzatori sociali, a fronte di un 43,1% delle sedi che hanno ritenuto tale misura molto o moltissimo efficace, il 20,8% ha espresso un giudizio non positivo, ritenendola poco (18,0%) o per niente (2,8%) efficace.

Grafico 5 - L'efficacia delle misure a sostegno del settore (valutazione da parte delle sedi che le hanno utilizzate)



<sup>1</sup> In particolare, gli investimenti in:

- **tecnologie**, oggetto di una forte crescita negli ultimi anni tanto che nel 2019 erano stati realizzati dal 66% delle sedi, erano stati previsti dal 54,7% delle strutture;
- **infrastrutture e servizi**, realizzati nel 2019 dal 52,9% delle sedi, erano stati programmati per il 2020 dal 45,9% delle sedi;
- **strutture** erano stati previsti per il 2020 dal 56,4% delle sedi (con un incremento rispetto al 35,4% di sedi che li aveva realizzati nel 2019).

Con riferimento alle misure del 'Decreto Liquidità' il giudizio si è dimostrato particolarmente critico: solo il 14,3% ha fornito una valutazione molto o moltissimo positiva, mentre ben il 42,9% si è dichiarato poco o per niente soddisfatto. Con riguardo infine agli indennizzi diretti sulla perdita di fatturato, il giudizio è risultato piuttosto discordante, delineando due fronti opposti: da un lato, il 53,6% delle sedi che si è dichiarato molto o moltissimo soddisfatto e, dall'altro lato, il 32,1% delle sedi che si ritiene poco o addirittura per niente soddisfatto.

## LE PRIORITÀ PER LA RIPRESA E IL CONSOLIDAMENTO DEL SETTORE

A conclusione della rilevazione è stato chiesto alle sedi partecipanti di esprimere la loro valutazione su alcune **prospettive future per il settore**, allo scopo di comprendere quale fossero i loro orientamenti in vista della ripresa delle attività dopo i mesi di sospensione a causa della chiusura delle strutture per eventi e congressi.

In primo luogo, sono stati sottoposti a valutazione sei aspetti che nelle ricerche condotte a livello internazionale sono considerati strategici per la ripresa e per il consolidamento delle attività delle sedi. Più esattamente, è stato chiesto alle sedi di esprimere secondo la loro visione il livello di importanza assunto da:

- la capacità di essere più vicini ai clienti con tariffe competitive e flessibilità contrattuale,
- lo sviluppo di forme di collaborazione con altre sedi di eventi e congressi,
- la collaborazione con Convention Bureau o altri organismi di promozione del territorio,
- l'implementazione di strumenti e modalità operative che consentano di ospitare eventi ibridi,
- l'investimento nella formazione di personale in grado di affrontare nuove modalità per ospitare gli eventi,
- l'impostazione della comunicazione nella prospettiva della sicurezza, della responsabilità e della collaborazione.

Si tratta di temi che consentono di delineare le prospettive di azione, sia a breve che a medio-lungo termine, in relazione alla visione del futuro che le sedi rispondenti hanno maturato sin dai primi mesi della crisi.

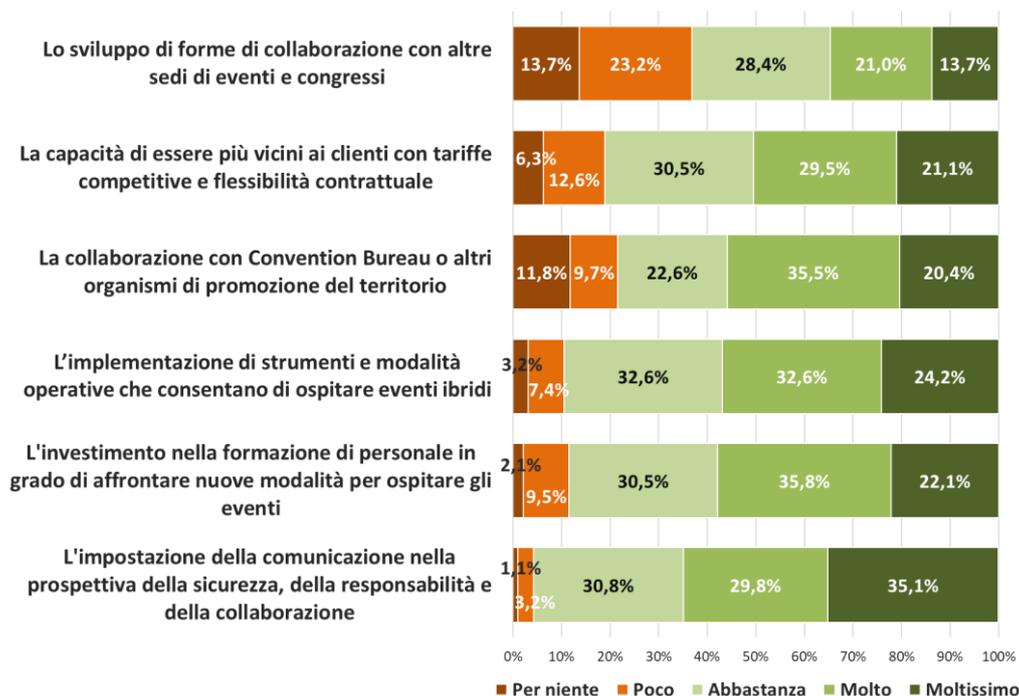
Gli aspetti sottoposti a valutazione possono essere raggruppati in due grandi ambiti di progettazione e di azione:

- da un lato, la **prospettiva dell'operatività** delle sedi, che in primo luogo deve concretizzarsi in azioni volte a dimostrare ai clienti prossimità e condivisione attraverso la formulazione di tariffe competitive e la previsione di modalità contrattuali flessibili e, in secondo luogo, deve prevedere sia nuove procedure per poter affrontare la gestione degli eventi che saranno realizzati in forma ibrida, sia nuove competenze da parte del personale che dovrà essere appositamente formato per poter gestire efficacemente il cambiamento in atto;
- dall'altro lato, la **dimensione relazionale**, ovvero la maggiore e crescente attenzione che le sedi devono prestare alle relazioni dirette con tutti i loro interlocutori: in primo luogo, le altre sedi di eventi e congressi per sviluppare forme di collaborazione e creare sinergie strategiche e operative; in secondo luogo, gli organismi di promozione del territorio pubblici o privati in modo da creare opportunità di valorizzazione delle proprie attività congiuntamente agli altri attori del territorio secondo un approccio sistemico. Questa attenzione alle relazioni dirette deve poi tradursi in un piano strategico di comunicazione che sia in grado di trasmettere e di valorizzare il nuovo posizionamento delle sedi secondo la prospettiva della sicurezza, della responsabilità e della collaborazione.

I risultati della ricerca a livello complessivo mostrano un settore che sembra ancora concentrato sull'operatività, il che pare giustificato dalla necessità di reagire velocemente nel breve periodo per fornire le risposte alle esigenze più immediate: la **comunicazione incentrata sulla rassicurazione** e la **vicinanza ai clienti** emergono tra le priorità principali, alle quali si affiancano, quasi fossero delle precondizioni, sia l'implementazione di **nuovi strumenti e modalità operative** per la gestione degli eventi ibridi, sia la **formazione del personale** in grado di affrontare il cambiamento. Sembrano invece essere percepite come meno prioritarie le dimensioni relazionali con gli altri interlocutori, ovvero le altre sedi per eventi e congressi e gli organismi di promozione del territorio, con i quali l'ipotesi di sviluppare forme di collaborazione si colloca in media agli ultimi posti della gerarchia delle priorità.

Più in dettaglio (graf. 6), il 64,9% delle sedi rispondenti ritiene la **riformulazione del piano di comunicazione** molto (29,8%) o moltissimo (35,1%) importante, ai quali si aggiunge il 30,8% che comunque la valuta abbastanza importante; il 57,9% giudica l'**investimento nella formazione del personale** molto (35,8%) o moltissimo (22,1%) importante; il 56,8% considera l'**implementazione di strumenti e modalità operative per gestire eventi ibridi** molto (32,6%) o moltissimo (24,2%) importante. Tra gli aspetti valutati come meno prioritari il 39,9% delle sedi ritiene lo **sviluppo di forme di collaborazione** con altre sedi di eventi e congressi per niente (13,7%) o poco (23,2%) importante e il 21,5% giudica la collaborazione con Convention Bureau o altri organismi di promozione del territorio per niente (11,8%) o poco (9,7%) importante.

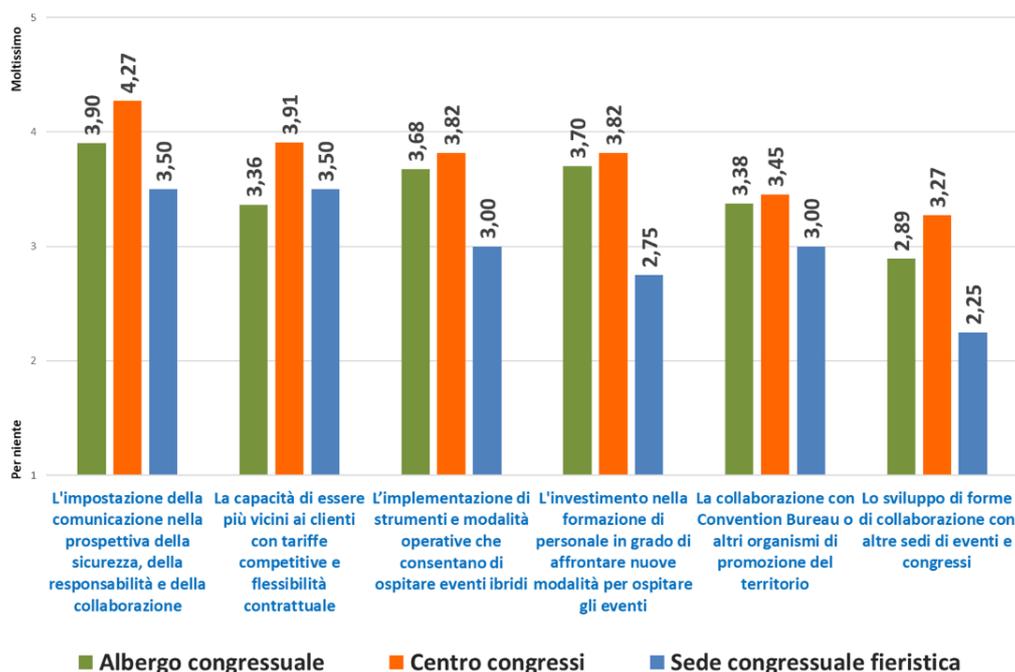
Grafico 6 - Il livello di importanza di alcuni aspetti per la ripresa e il consolidamento dell'attività della struttura



Prendendo in esame le risposte per tipologia di sede (graf. 7), pur non riscontrando differenze statisticamente significative, emerge chiaramente come siano i centri congressi a ritenere maggiormente importante ogni aspetto esaminato.

Più in dettaglio, tutte le tipologie di sede collocano al primo posto la priorità riguardante la predisposizione del piano di comunicazione e all'ultimo posto lo sviluppo di forme di collaborazione con altre sedi di eventi e congressi; questo aspetto, in particolare, è decisamente poco importante per le sedi congressuali fieristiche, le quali valutano in misura inferiore rispetto alle altre strutture rispondenti anche entrambi gli aspetti legati all'operatività, ovvero l'implementazione di procedure che consentano di ospitare eventi ibridi e la formazione del personale che possa essere in grado di affrontare nuove modalità di gestione. Infine, vi è da considerare che la capacità di esprimere vicinanza ai clienti proponendo tariffe competitive e flessibilità contrattuale risulta in media collocata al primo posto per importanza per le sedi congressuali fieristiche, al secondo posto per i centri congressi e solo al quarto posto per gli alberghi congressuali, subito dopo le altre due priorità di carattere operativo.

Grafico 7 - Il livello di importanza per la ripresa e il consolidamento dell'attività della struttura per tipologia di sede (valori medi)



In secondo luogo, la ricerca ha affrontato il tema della **potenziale evoluzione degli eventi verso modalità di realizzazione digitale/virtuale**, chiedendo alle sedi di esprimere la propria visione circa il fatto che gli eventi digitali, oltre ad affiancarsi alle modalità tradizionali in presenza (conducendo alla configurazione di eventi ibridi), possano addirittura sostituire quelli in presenza.

A livello complessivo, dalle risposte delle sedi emerge prevalentemente la percezione che gli eventi digitali/virtuali non possano nel lungo periodo sostituire gli eventi in presenza: infatti, ben il 42,1% delle sedi ritiene tale sostituzione per niente (16,8%) o poco (25,3%) realizzabile; tuttavia, la ricerca fa affiorare anche l'esistenza di una visione orientata verso l'evoluzione virtuale degli eventi, con il 23,2% delle sedi che valuta questa trasformazione molto (14,8%) o moltissimo (8,4%) attuabile (graf. 8). Mediamente tali previsioni non differiscono tra le diverse tipologie di strutture rispondenti, salvo per il fatto che la totalità delle sedi congressuali fieristiche ritiene che gli eventi digitali/virtuali non potranno sostituire gli eventi in presenza.

È comunque interessante rilevare come nel complesso le sedi ritengano che lo **sviluppo degli eventi digitali/virtuali possa in prospettiva impattare negativamente sul loro fatturato congressuale**: sono infatti il 52,6% del totale le sedi che valutano molto (32,6%) o moltissimo (20,0%) probabile che vi sia un impatto negativo (graf. 8), alle quali si aggiunge il 27,4% che reputa l'impatto negativo comunque abbastanza probabile. Vi è da rilevare che l'impatto negativo sul fatturato viene temuto molto o moltissimo da poco più del 50% sia degli alberghi congressuali che dei centri congressi e, in particolare, da quelli di dimensioni minori.

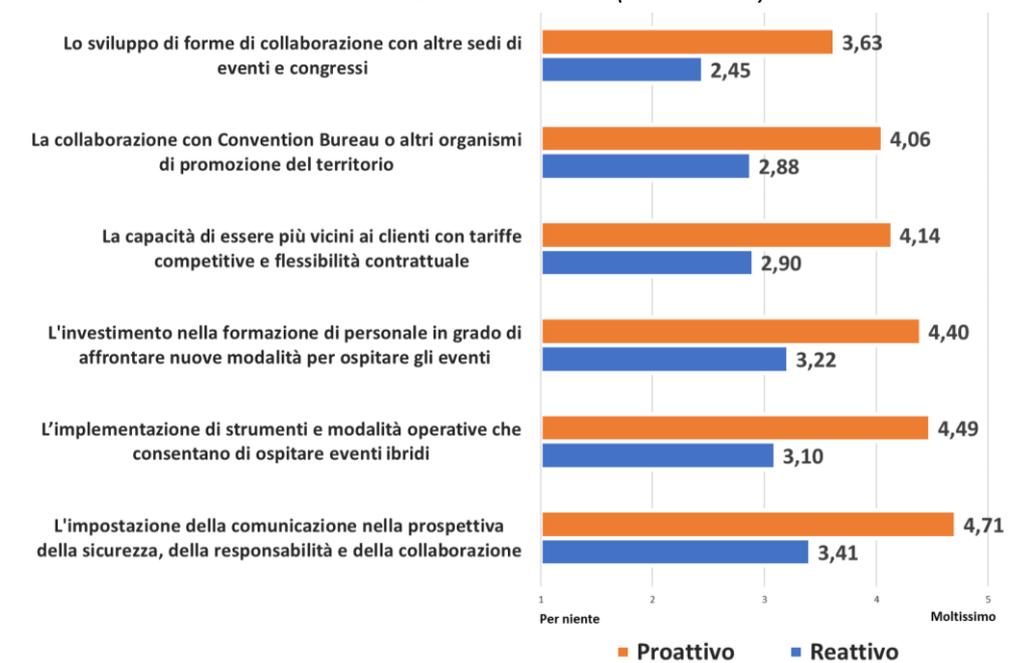
Grafico 8 - La previsione circa lo sviluppo degli eventi digitali/virtuali



## L'IDENTIFICAZIONE DEGLI ORIENTAMENTI STRATEGICI DELLE SEDI

Considerando congiuntamente le risposte fornite dalle sedi ai diversi item della domanda sulle priorità per la ripresa e il consolidamento delle attività è stata condotta una *cluster analysis* che ha identificato due segmenti di strutture significativamente diverse per la loro visione del futuro e della conseguente strategia da porre in essere per affrontarlo efficacemente (graf. 9).

Grafico 9 - La definizione di due cluster di sedi in base all'importanza attribuita agli aspetti per la ripresa e il consolidamento dell'attività (valori medi)



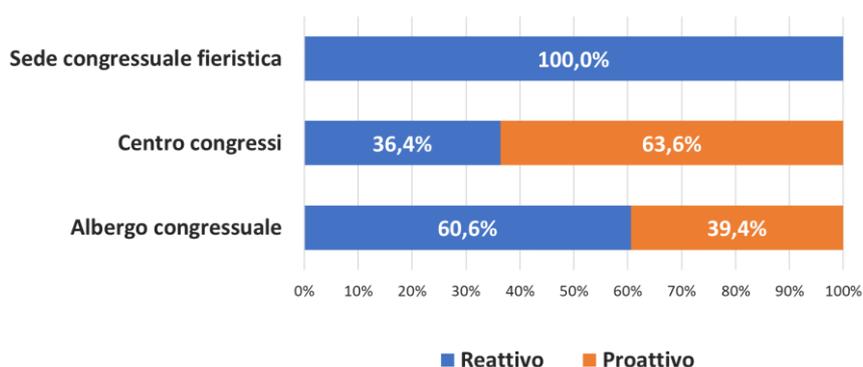
## L'ORIENTAMENTO REATTIVO ALLA RICERCA DI UNA NUOVA NORMALITÀ

Il primo cluster risulta composto dal 59,3% delle sedi, le quali formulano una valutazione inferiore, rispetto a quelle rientranti nel secondo cluster, con riguardo a tutte le variabili prese in esame e soprattutto ritengono meno importanti lo sviluppo di forme di collaborazione con altre strutture, la collaborazione con gli organismi di promozione del territorio e la capacità di essere più vicini ai clienti con tariffe competitive e flessibilità contrattuale. Anche le altre dimensioni relative all'operatività aziendale – ovvero l'implementazione di strumenti e modalità operative che consentano di gestire eventi ibridi e l'investimento nella formazione di personale in grado di affrontare nuove modalità per gestire gli eventi – risultano mediamente solo abbastanza importanti.

In base all'articolazione delle priorità per il futuro espressa dalle sedi è possibile definire l'orientamento strategico di questo cluster tendenzialmente **'reattivo'**, ovvero maggiormente focalizzato sul breve periodo per poter reagire al meglio e con tempestività ai cambiamenti imposti dalla situazione in atto, senza tuttavia cercare di cogliere l'opportunità di anticipare le sfide, attuando le ulteriori trasformazioni necessarie prima che vengano imposte dal mercato e trainate dall'azione competitiva delle imprese concorrenti.

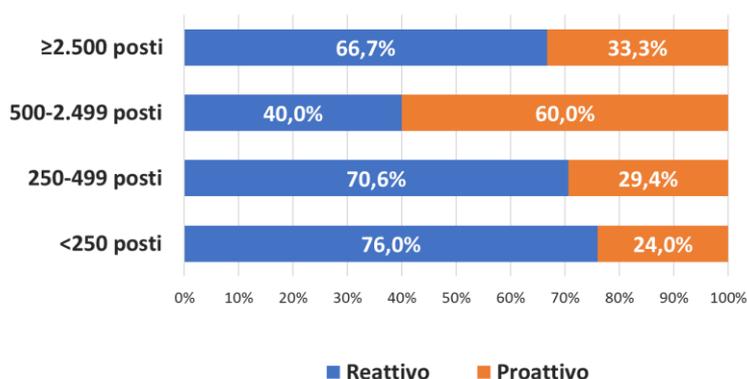
A questo cluster appartengono (graf. 10) tutte le sedi congressuali fieristiche rispondenti, il 60,6% degli alberghi congressuali (nel 44,2% con meno di 250 posti) e il 36,4% dei centri congressi (tutti di dimensioni comprese nella fascia da 250 a 2.499 posti).

Grafico 10 - La composizione dei cluster per tipologia di sede



Nel complesso, dal punto di vista della capacità massima disponibile (graf. 11) si riscontra nel cluster 'Reattivo' una tendenziale polarizzazione di sedi di più piccole e di più grandi dimensioni: più esattamente; si tratta, da un lato, del 76% delle sedi con meno di 250 posti complessivi e del 70,6% di quelle con 250-499 posti e, dall'altro lato, del 66,7% di quelle con più di 2.500 posti.

Grafico 11 - La composizione dei cluster per classe di posti massimi disponibili



Circa la metà (51%) delle sedi rientranti in questo cluster ha segnalato la cancellazione di più del 75% degli eventi già programmati prima della chiusura delle attività (graf. 12), con un impatto sul fatturato che per ben il 72,7% delle sedi è ritenuto superiore al 75% di riduzione rispetto al 2019 (graf. 13). Sono stati in particolare i centri congressi appartenenti a questo cluster a registrare la maggior percentuale media di eventi cancellati, pari all'88,3% (graf. 14), mentre le sedi congressuali fieristiche sono quelle che in assoluto hanno rilevato la minor percentuale media di cancellazione degli eventi (29,5%).

Grafico 12 - La classe percentuale di eventi cancellati nei due cluster

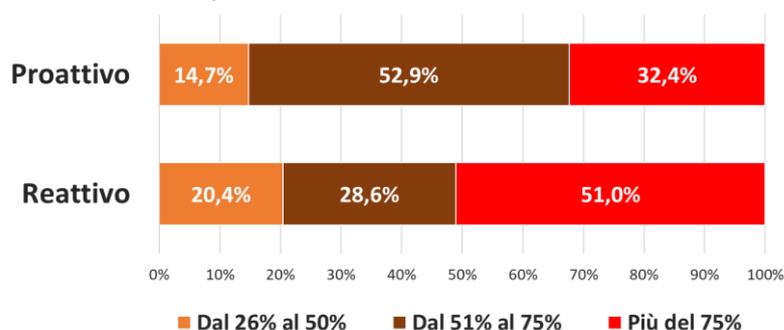


Grafico 13 - La classe percentuale di riduzione del fatturato nei due cluster

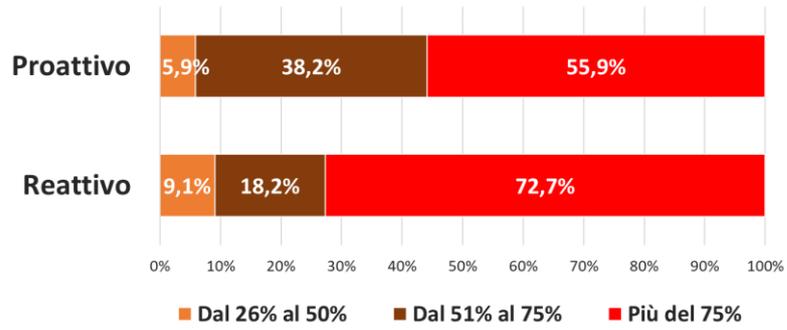
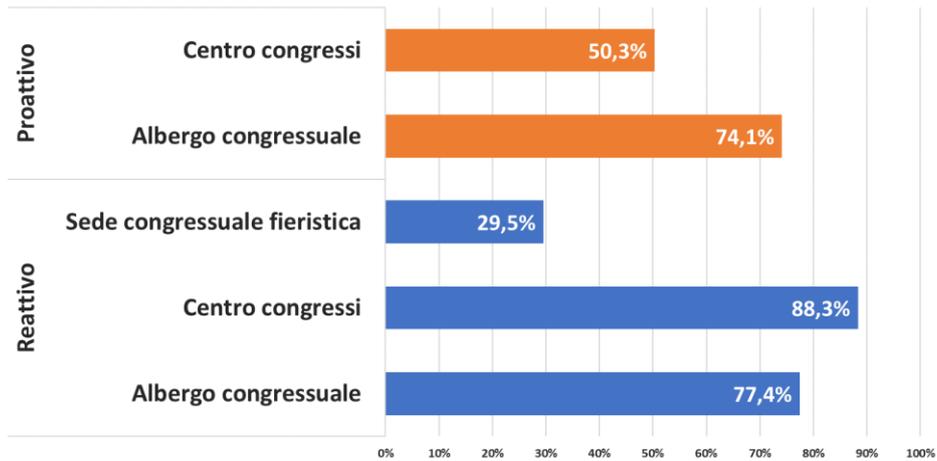


Grafico 14 - La percentuale media di cancellazione degli eventi nei due cluster per tipologia di sede



Per quanto riguarda, infine, il fatto che eventi digitali/virtuali possano in futuro sostituire gli eventi in presenza la percezione che emerge in media dalle sedi appartenenti al cluster 'Reattivo' appare in prevalenza orientata verso il mantenimento degli eventi in presenza, con circa la metà dei rispondenti che ritiene la sostituzione con gli eventi digitali/virtuali poco (29,4%) o per niente (19,6%) realizzabile, a fronte di un 23,5% che invece la ritiene molto (17,6%) o moltissimo (5,9%) possibile (graf. 15); d'altro canto, le sedi di questo cluster ritengono che lo sviluppo degli eventi digitali/virtuali possa comunque in prospettiva impattare negativamente sul loro fatturato congressuale: sono infatti il 58,9% del totale le sedi che considerano un impatto molto (35,3%) o moltissimo (23,6%) probabile (graf. 16).

Grafico 15 - La previsione nei due cluster circa la futura sostituzione degli eventi in presenza da parte degli eventi digitali/virtuali

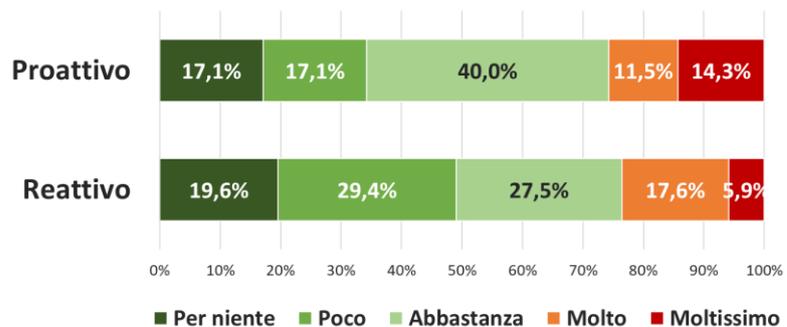
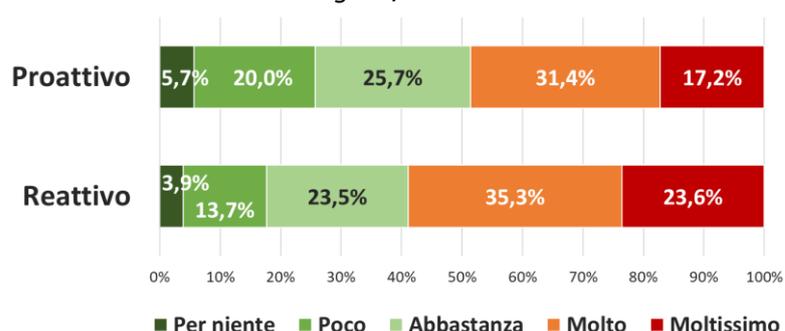


Grafico 16 - La previsione nei due cluster circa l'impatto negativo sul fatturato a seguito dello sviluppo degli eventi digitali/virtuali



### L'ORIENTAMENTO PROATTIVO NELLA CONFIGURAZIONE DI UNA NUOVA PROSPETTIVA

Il secondo cluster risulta composto dal restante 40,7% delle sedi che formulano una valutazione superiore, rispetto a quelle rientranti nel primo cluster, con riferimento a tutte le variabili prese in esame e soprattutto ritengono particolarmente importanti l'impostazione della comunicazione nella prospettiva della sicurezza, della responsabilità e della collaborazione, l'implementazione di strumenti e modalità operative che consentano di ospitare eventi ibridi e l'investimento nella formazione di personale in grado di affrontare nuove modalità per ospitare gli eventi.

Questa articolazione delle priorità per il futuro porta a definire l'orientamento strategico delle imprese di questo cluster tendenzialmente **'proattivo'**, ovvero consapevole che le sfide in atto comportino cambiamenti sia nel breve che nel medio-lungo periodo e che pertanto risulti necessario operare scelte strategiche e operative seguendo un orizzonte più ampio. In particolare, esiste la consapevolezza in questo cluster della necessità di allineare la struttura organizzativa alla nuova visione, in modo tale da poter affrontare e gestire con flessibilità anche le ulteriori sfide che si presenteranno in futuro, implementando i cambiamenti necessari prima che sia il mercato a esigerli. A tal fine un ruolo fondamentale viene svolto non solo dalla ridefinizione dei processi operativi, ma anche dall'investimento nella formazione del personale orientata a motivare le persone all'innovazione e sia finalizzata a metterle in grado di percepire anticipatamente le tendenze per pianificare tempestivamente le azioni più opportune. Infine, è da evidenziare come le sedi di questo cluster attribuiscono un ruolo non affatto marginale alla collaborazione operativa e progettuale con altre strutture per eventi e congressi e con gli organismi di promozione del territorio.

Dal punto di vista strutturale a questo cluster appartengono (graf. 10) il 39,4% degli alberghi congressuali (il 64,3% dei quali con un numero di posti compreso tra 500-2.499) e il 63,6% dei centri congressi (tutti localizzati nell'Italia del Nord e nell'85,8% dei casi con più di 500 posti e nel 42,9% con più di 2.500 posti).

Considerando nel complesso le classi di capacità massima disponibile si rileva una tendenziale concentrazione di sedi di medie e grandi dimensioni: infatti, rientrano in questo cluster il 60,0% delle sedi tra 500-2.499 posti, il 33,3% di quelle con più di 2.500 posti, seguite dal 29,4% di quelle con 250-499 posti e dal 24% delle sedi con meno di 250 posti complessivi (graf. 11).

Il 52,9% delle sedi rientranti nel cluster 'Proattivo' ha segnalato di aver dovuto cancellare tra il 51% e il 75% degli eventi già programmati prima della chiusura delle attività (graf. 12), con un impatto sul fatturato che per il 55,9% delle sedi è ritenuto superiore al 75% di riduzione rispetto al 2019 e per il 38,2% compreso tra il 51% e il 75% (graf. 13). In particolare, i centri congressi appartenenti a questo cluster hanno registrato in media una percentuale inferiore di eventi cancellati, pari al 50,3% (graf. 14).

Per quanto concerne, infine, il fatto che eventi digitali/virtuali possano in futuro sostituire gli eventi in presenza la valutazione che emerge dalle sedi appartenenti al cluster 'Proattivo' appare maggiormente orientata, rispetto al cluster 'Reattivo', a considerarlo molto (11,4%) o addirittura moltissimo (14,3%) possibile, a fronte di un 34,2% di rispondenti che si ripartisce equamente tra coloro che lo ritengono poco o per niente realizzabile (graf. 15). Occorre comunque sottolineare che le sedi di questo cluster temono in misura inferiore rispetto all'altro il fatto che lo sviluppo degli eventi digitali/virtuali possa impattare

negativamente sul loro fatturato congressuale: sono infatti solo il 48,5% del totale le sedi che ritengono che un impatto negativo sia molto (31,4%) o moltissimo (17,2%) probabile, a fronte di un 25,7% di rispondenti che si dimostra per niente (5,7%) o poco (20%) timoroso di conseguenze sfavorevoli in termini di fatturato (graf. 16).

## CONCLUSIONI

Il settore dei congressi e degli eventi si trova ad affrontare una crisi senza precedenti a causa della pandemia da Covid-19, che ha comportato una pesante e improvvisa battuta d'arresto dopo il positivo e costante percorso di crescita che aveva intrapreso negli ultimi cinque anni.

Prendendo in esame l'esperienza delle strutture che ospitano gli eventi e i congressi, la ricerca ha evidenziato a livello complessivo una cancellazione di circa il 70% degli eventi già in calendario, il che ha comportato come prima conseguenza diretta una riduzione media del fatturato previsto per il 2020 pari al 76% rispetto a quello del 2019, solo in parte controbilanciata dal ricorso agli ammortizzatori sociali per tutelare il proprio personale e all'accesso alle altre risorse messe a disposizione dal Governo, in taluni casi ritenute però non sufficienti per affrontare lo stato di crisi.

Questa situazione di emergenza ha tuttavia messo in luce la capacità di reazione del settore e la sua tempestività nel rispondere ai cambiamenti imposti dal contesto attuale.

Molte sedi, infatti, non solo hanno confermato gli investimenti programmati, ma hanno anche effettuato investimenti non previsti e ciò non solo per adeguare le strutture alle normative di contenimento del contagio, ma anche per orientarsi al futuro e cercare di mantenere la propria competitività in un mercato che richiederà sempre più servizi e soluzioni tecnologiche per favorire l'engagement dei partecipanti agli eventi.

Dall'analisi delle risposte circa le priorità per la ripresa e per il consolidamento futuro delle attività delle sedi emerge anche un ampio segmento di strutture per eventi e congressi che ha già maturato un orientamento strategico proattivo, nella consapevolezza che, da un lato, occorre nel breve periodo reagire al meglio e con tempestività ai cambiamenti imposti dalla situazione in atto, ma che, dall'altro lato, sia necessario cogliere l'opportunità di anticipare le sfide, attuando le ulteriori trasformazioni necessarie nel medio-lungo periodo prima che vengano imposte dal mercato e trainate dall'azione competitiva delle imprese concorrenti.

A tal fine un ruolo fondamentale viene svolto non solo dalla ridefinizione dei processi operativi nell'ottica della sostenibilità, ma anche dalla formazione di competenze trasversali nel personale, dallo sviluppo di forme di cooperazione con altre strutture per eventi e congressi, secondo logiche di condivisione e non tanto di competizione, e dalla configurazione di opportunità di collaborazione progettuale e operativa con le reti territoriali e con gli organismi pubblici e privati di promozione del settore.

## NOTA METODOLOGICA

La raccolta dei dati è avvenuta tra maggio e giugno 2020 e si è avvalsa di un questionario distribuito online a 3.266 sedi per eventi e congressi operanti in Italia di dimensioni medie e grandi (per lo più alberghi congressuali, centri congressi e centri fieristico congressuali). Alla ricerca hanno partecipato 184 sedi, pari al 5,6% di quelle contattate. Le risposte ottenute sono in grado di rappresentare in modo statisticamente significativo l'universo di riferimento a un livello di probabilità del 95% e con un errore massimo ammesso di circa il 12%.