



# OSSERVATORIO ITALIANO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI

## RAPPORTO 2022

OICE è un progetto di ricerca promosso da:



**FEDERCONGRESSI  
& EVENTI**

e realizzato da:

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



**ASERI**  
ALTA SCUOLA DI ECONOMIA  
E RELAZIONI INTERNAZIONALI

L'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi - OICE è un progetto di ricerca promosso da:



e realizzato da:

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



#### Gruppo di Lavoro ASERI - Università Cattolica

Roberto Nelli

Paola Bensi

Federica Ippolito

Letizia Cremonesi

**Federcongressi&eventi**, organizzazione senza fine di lucro nata nel 2004, è l'associazione nazionale di imprese private ed enti con e senza scopo di lucro che svolgono attività connesse con il settore dei congressi, convegni, attività di formazione continua accreditata e non, di DMC, di incentivazione, di comunicazione e degli eventi in genere. A seconda dell'attività principale svolta, gli associati sono inclusi nelle seguenti categorie funzionali: *Destinazioni e sedi, Organizzazione congressi ed eventi e Servizi e consulenze.*

## INTRODUZIONE

Federcongressi&eventi negli ultimi anni ha affermato e consolidato il proprio ruolo di associazione di riferimento del MICE per un numero di imprese in costante aumento e presso istituzioni e stakeholder sempre più attenti alle esigenze del comparto. Proprio la consapevolezza di essere la voce della meeting industry italiana e il senso di responsabilità nei confronti di tutta la filiera ci hanno spinti a implementare gli investimenti dedicati alle ricerche e agli studi di settore. Poter disporre di dati accreditati e aggiornati è infatti fondamentale sia per permettere alle aziende di pianificare piani di sviluppo e investimento sia per fornire alle istituzioni elementi indispensabili per porre in essere piani efficaci di sostegno alla crescita del MICE. In uno scenario caratterizzato da grande incertezza in cui i cambiamenti accadono e si manifestano in maniera sempre più veloce tutto questo diventa ancora più essenziale e, infatti, il monitoraggio del settore è uno degli obiettivi segnalati da Federcongressi&eventi all'interno del Piano Strategico del Turismo 2023/2027.

Oltre ad avere promosso per il nono anno l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE, l'associazione ha infatti avviato la ricerca dedicata ai PCO per indagare la situazione patrimoniale, economica e finanziaria delle principali imprese italiane che organizzano congressi, convegni e convention. I risultati permetteranno di compiere analisi che valutano il trend storico e consentiranno alle agenzie di compiere scelte strategiche per la programmazione dei processi aziendali. Inoltre Federcongressi&eventi 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.

Sono lieta di condividere con voi i numeri dell'edizione 2022 dell'OICE che confermano un'importante ripresa del settore. Il ruolo dei congressi e degli eventi per la ripartenza del Paese unito alla resilienza degli operatori e il grande appeal internazionale della destinazione Italia ci hanno permesso di tornare quasi ai livelli pre-pandemia.

Uno speciale ringraziamento a nome di tutta Federcongressi&eventi va al professor Roberto Nelli e al team di ASERI, l'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica, per il lavoro svolto con meticolosa dedizione e agli sponsor che ci hanno sostenuti nella realizzazione di questo progetto.



Gabriella Gentile  
Presidente Federcongressi&eventi

## IL MERCATO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI IN ITALIA NEL 2022

*Federcongressi&eventi* – organizzazione senza fine di lucro che rappresenta gli operatori pubblici e privati che svolgono attività connesse con il settore dei congressi e degli eventi – ha promosso nel 2014 l'*Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi*, progetto di ricerca realizzato da ASERI-*Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Scopo del progetto di ricerca è il monitoraggio continuativo dei meeting organizzati in Italia (congressi di associazioni, convention, incentive, lanci di prodotto e riunioni varie promosse da imprese, enti e istituzioni di ogni genere), al fine di fornire una descrizione accurata delle dimensioni, delle caratteristiche e delle tendenze del settore, che possa contribuire a indirizzare strategie e investimenti adeguati.

A tal fine, ASERI analizza in modo continuativo la struttura dell'offerta di spazi per congressi ed eventi su tutto il territorio nazionale, attraverso la raccolta di informazioni sull'apertura e la chiusura delle sedi e sulle loro caratteristiche principali, grazie anche alle segnalazioni di alcuni Convention Bureau territoriali. Più in dettaglio, vengono raccolti dati con riguardo a tutte le diverse tipologie di sedi operanti sul mercato senza restrizioni rispetto al tipo di struttura, alla sua gestione e al numero di posti offerti, prendendo in esame anche gli spazi offerti a titolo gratuito o senza fini di lucro e le sale con meno di 50 posti purché destinate in modo stabile e strutturato a ospitare incontri.

La necessità di un monitoraggio di tipo continuativo è dettata dal dinamismo che contraddistingue il mercato italiano dei congressi ed eventi, che vede, da un lato, crescenti investimenti in strutture, con l'ammodernamento di quelle esistenti e l'apertura di nuove, e dall'altro lato, la cessazione dell'attività legata ai congressi ed eventi da parte di alcune sedi che la svolgevano in modo occasionale.

Nel corso del 2022, delle 5.716 sedi italiane facenti parte dell'universo di riferimento (costituito dalle sedi già considerate nel 2021 e da quelle aggiunte in seguito alla segnalazione da parte dei Convention Bureau in occasione della rilevazione del 2022), lo 0,2% ha cessato definitivamente la propria attività, lo 0,4% è risultato chiuso temporaneamente, lo 0,7% è restato chiuso per ristrutturazione e lo 0,1% è risultato chiuso per cambio gestione o perché in vendita. Pertanto, nel 2022 l'universo di riferimento è risultato composto da 5.636 sedi attive e in grado di operare nel settore dei congressi e degli eventi attraverso condizioni contrattuali specifiche e servizi chiaramente comunicati al pubblico.

### 1. La sintesi dei principali risultati

Sulla base delle risposte fornite dalle 474 sedi che hanno aderito all'indagine e grazie al monitoraggio condotto da ASERI, è stato possibile stimare che il **20,9% delle sedi italiane pur risultando aperte non abbia ospitato alcun evento**. In particolare, la percentuale di sedi con almeno un evento (tab. 1) risulta essere maggiormente elevata al Nord (l'81,7% delle sedi complessivamente presenti nell'area) e al Sud (81,4%) e inferiore al Centro (il 74,2%) e nelle Isole (il 73,1%). Rispetto alla tipologia di sede (tab. 2), i centri congressi e le sedi fieristico congressuali hanno ospitato almeno un evento nelle percentuali maggiori (rispettivamente nel 93,5% e nel 95,7% dei casi), mentre gli alberghi con sale meeting sono risultati attivi solo nel 77,2% dei casi e le dimore storiche nel 75,6% dei casi.

*Tabella 1 - Le sedi presenti in Italia e la percentuale di quelle attive nel 2022 per area geografica*

	Universo		Sedi che hanno ospitato almeno un evento	Sedi che non hanno ospitato alcun evento
	Numero	%	%	%
Nord	2.985	53,0%	81,7%	18,3%
Centro	1.412	25,0%	74,2%	25,8%
Sud	785	13,9%	81,4%	18,6%
Isole	454	8,1%	73,1%	26,9%
<b>Totale</b>	<b>5.636</b>	<b>100,0%</b>	<b>79,1%</b>	<b>20,9%</b>

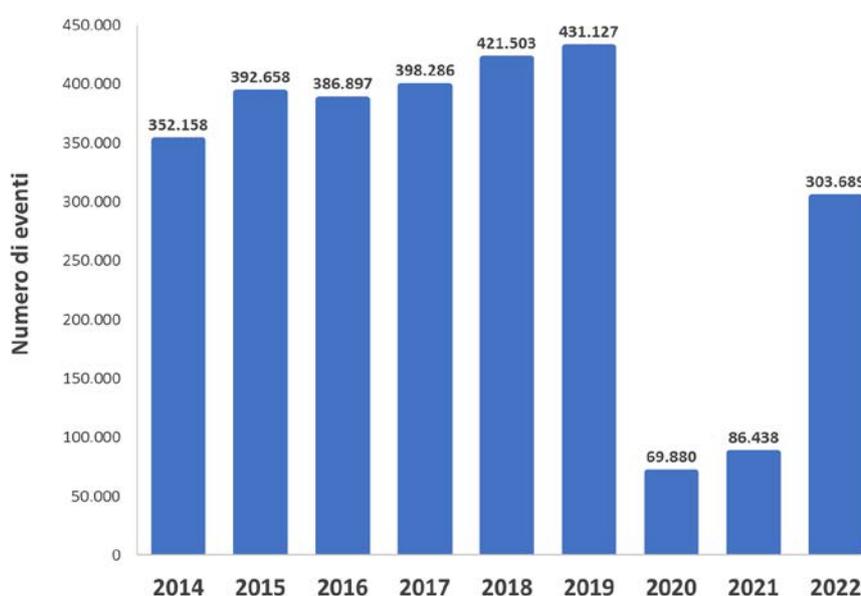
Tabella 2 - Le sedi presenti in Italia e la percentuale di quelle attive nel 2022 per tipologia di sede

	Universo		Sedi che hanno ospitato almeno un evento	Sedi che non hanno ospitato alcun evento
	Numero	%	%	%
Alberghi congressuali	3.779	67,0%	77,2%	22,8%
Arene e centri sportivi	39	0,7%	100,0%	0,0%
Centri congressi	77	1,4%	93,5%	6,5%
Dimore storiche	471	8,4%	75,6%	24,4%
Sedi fieristico congressuali	47	0,8%	95,7%	4,3%
Sedi istituzionali e altre sedi	625	11,1%	82,2%	17,8%
Spazi non convenzionali	397	7,0%	85,9%	14,1%
Teatri/cinema/auditori	201	3,6%	86,6%	13,4%
<b>Totale</b>	<b>5.636</b>	<b>100,0%</b>	<b>79,1%</b>	<b>20,9%</b>

Dalla ricerca è emerso che nel 2022 in Italia sono stati complessivamente realizzati **303.689 eventi** con un minimo di 10 partecipanti ciascuno e della durata minima di 4 ore (+251,3% rispetto al 2021 e -29,6% rispetto al 2019) (graf. 1), per un totale di **21.215.934 partecipanti**<sup>1</sup> (+362,7% rispetto al 2021 e -27,1% rispetto al 2019) – mediamente **70 persone per evento** – e **31.706.600 presenze** (+366,4% rispetto al 2021 e -26,9% rispetto al 2019). La durata media degli eventi è risultata pari a **1,42 giorni**, leggermente maggiore rispetto a quella del 2021 (1,34) e uguale al valore riscontrato nel 2019.

Gli **eventi della durata superiore a un giorno** hanno rappresentato il 20,4% del totale e hanno raggiunto 8.243.000 partecipanti e circa **20.400.000 presenze sul territorio** (-29,7% rispetto al 2019) che, sulla base dei dati rilevati da ISTAT, è possibile stimare abbiano rappresentato l'8,1% delle presenze riscontrate presso il totale delle strutture alberghiere nel 2022.

Grafico 1 - L'andamento degli eventi nel periodo 2014-2022 in Italia



<sup>1</sup> A partire dal 2020 nel totale degli eventi vengono inclusi senza distinzione gli eventi ospitati totalmente in presenza e quelli eventualmente realizzati con una parte dei partecipanti collegati in remoto (eventi ibridi). Il numero complessivo di partecipanti include le persone presenti fisicamente all'evento sia che si tratti di eventi totalmente in presenza sia che si tratti di eventi ibridi. Sono pertanto esclusi i partecipanti collegati in remoto agli eventi ibridi.

I dati rilevati confermano che nel 2022 la meeting industry italiana ha registrato una solida ripresa, **recuperando oltre il 70% degli eventi realizzati nel 2019**, l'ultimo anno di riferimento prima dell'esplosione della pandemia<sup>2</sup>.

Il gap che è rimasto ancora da colmare è stato determinato dall'azione congiunta di due fattori che hanno spinto in avanti nel tempo le condizioni per una piena ripresa:

- da un lato, il **protrarsi dell'emergenza Covid-19**, che ha comportato sia l'estensione delle prescrizioni di sicurezza sanitaria in vigore in Italia (così come in molti altri Paesi europei) anche al primo trimestre dell'anno<sup>3</sup>, sia la permanenza delle restrizioni alla mobilità internazionale che hanno contrassegnato in particolare alcuni rilevanti Paesi asiatici;
- dall'altro lato, l'**invasione russa dell'Ucraina** a fine febbraio 2022, che ha intensificato gli attriti di natura geopolitica a livello internazionale, generando instabilità e incertezza, e scatenando un'imprevista combinazione di tre crisi globali interconnesse – la crisi dei prezzi dell'energia, la crisi alimentare e la crisi finanziaria – comportando pesanti effetti negativi per l'economia mondiale, di cui ha risentito anche la meeting industry, che per sua natura presenta andamenti correlati con la vitalità e le prospettive delle imprese e delle associazioni scientifiche, tecnologiche e culturali in senso ampio.

D'altro canto, la **consapevolezza dello slittamento dell'orizzonte della piena ripresa delle attività** era stata già riscontrata in occasione della scorsa edizione dell'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi, attraverso le rilevazioni condotte proprio durante il primo trimestre del 2022: in quel periodo, infatti, a fronte di un 39,9% delle sedi che ipotizzava di poter tornare già nel 2022 ai livelli di attività pre-pandemia, ben il 37,2% prevedeva lo slittamento di tale situazione al 2023 e il restante 22,9% non era in grado di formulare previsioni migliori prima del 2024<sup>4</sup>.

Occorre comunque osservare che il confronto diretto dei dati riferiti al 2022 con la situazione pre-pandemica registrata nel 2019 consente di formulare considerazioni e valutazioni solo di prima approssimazione, in quanto per comprendere pienamente le **reali dinamiche di sviluppo** che stanno caratterizzando la meeting industry occorre tener conto delle **profonde trasformazioni** che sono avvenute a partire dal 2020 e che hanno coinvolto sia il lato della domanda di meeting da parte soprattutto delle imprese e delle associazioni internazionali, sia il lato dell'offerta di strutture per ospitarli.

Sotto il **profilo della domanda** si assiste a un'esigenza crescente di partecipazione ai meeting, attualmente sempre più trainata, oltre che dal rinnovato desiderio di interazione sociale e dalla ricerca di opportunità di networking a livello personale, dall'elevato valore esperienziale che gli eventi propongono, un mix di apprendimento, di intrattenimento e di consumo amplificato dalle nuove opportunità offerte dagli spazi messi a disposizione e dagli ambienti che favoriscono ispirazione, creatività, serenità e socialità.

Occorre poi anche tenere presenti le dinamiche emergenti nel mondo delle imprese, che impatteranno significativamente sul ruolo e sulla conformazione dei corporate meeting: l'affermazione delle nuove modalità di organizzazione del lavoro, che considerano favorevolmente l'adozione di forme ibride, conducono infatti a rivalutare il ruolo che possono svolgere i meeting all'interno della nuova

<sup>2</sup> A livello europeo l'Italia è considerata uno dei Paesi che meglio ha rilanciato la propria meeting industry, come hanno confermato i dati riferiti al segmento associativo internazionale censito dall'International Congress and Convention Association, secondo i quali l'Italia nel 2022 ha recuperato l'87,8% degli eventi ospitati nel 2019 a fronte dell'86% della Spagna, del 76,8% della Francia, del 75,8% del Regno Unito e del 65% della Germania.

Più in generale, tra i Paesi europei che hanno già pubblicato i dati sul loro mercato nazionale risulta che nel 2022, nonostante le notevoli differenze metodologiche di rilevazione, la Germania ha recuperato circa il 60% del livello degli eventi del 2019, l'Austria l'83% e la Spagna l'85%.

Cfr. ICCA-INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION, *2013-2022 Worldwide Report*, 2023, p. 5; EITW-EUROPÄISCHES INSTITUT FÜR TAGUNGSWIRTSCHAFT, *Meeting- & EventBarometer Germany 2022/2023. Study of the German Congress and Event Market*, May 2023, p. 10; AUSTRIAN CONVENTION BUREAU, *Meeting Industry Report Austria 2022*, Vienna 2023, p. 11; BRAINTRUST, *Análisis de la Demanda en la Industria de Reuniones Nacional e Internacional Post Pandemia*, Dicembre 2022, p. 10.

<sup>3</sup> Occorre ricordare, per quanto riguarda le norme di sicurezza sanitaria, che l'Ordinanza del Ministero della Salute del 2 dicembre 2021 (*Adozione delle «Linee guida per la ripresa delle attività economiche e sociali»*), pur eliminando il precedente vincolo del distanziamento di un metro tra i partecipanti agli eventi, ha introdotto la regola della valutazione del numero massimo dei partecipanti da parte degli organizzatori, in base alla capienza degli spazi individuati per poter ridurre assembramenti di persone, dopo un confronto con le Autorità Sanitarie Locali. Tale prescrizione, particolarmente onerosa dal punto di vista organizzativo e operativo, è rimasta in vigore fino a fine marzo 2022, quando, con l'Ordinanza del Ministero della Salute del 1° aprile 2022 (*Adozione delle «Linee guida per la ripresa delle attività economiche e sociali»*), è cessata la necessità dell'intervento delle Autorità Sanitarie Locali.

<sup>4</sup> A conferma della bontà delle previsioni formulate lo scorso anno, un terzo delle sedi che hanno partecipato alla ricerca ha indicato nel questionario un numero di eventi ospitati nel 2022 uguale o superiore (in alcuni casi anche in percentuale piuttosto elevata) a quello che aveva indicato partecipando alle rilevazioni effettuate nel periodo pre-pandemico.

combinazione dei canali di connessione tra le persone che lavorano normalmente in remoto. Di conseguenza potrà generarsi una maggiore domanda di occasioni di incontro in presenza, che tuttavia assumeranno forme e modalità differenti rispetto al passato sotto un duplice profilo: quello legato alla trasformazione del “paradigma narrativo”, che oggi si avvale sia di linguaggi, sia di piattaforme che rendono l’evento fortemente interattivo e immersivo, e quello vincolato dalla necessità di contenere i costi per gli spostamenti fisici del personale e di limitarne l’impatto in termini di sostenibilità ambientale. Sotto il **profilo dell’offerta** degli spazi per meeting si assiste, da parte soprattutto delle sedi maggiormente attive nel mercato, a un’accelerazione della transizione digitale, dell’implementazione di azioni di sostenibilità e dell’attenzione alla salute, alla sicurezza e, più in generale, al benessere complessivo dei partecipanti agli eventi. In tal senso, è in atto anche un cambiamento strutturale che vede le sedi investire in modo significativo nella riqualificazione dei loro spazi per renderli maggiormente confortevoli, flessibili e adeguati a valorizzare l’esperienza complessiva dei partecipanti ai meeting. Nel panorama complessivo italiano vengono così a delinearsi due opzioni strategiche di posizionamento fortemente distintive:

- da un lato, sedi che rappresentano di per sé un’attrazione unica e autentica e che hanno costruito il loro posizionamento nel tempo attorno a specifici ambiti relativi alla loro struttura e conformazione esclusiva (dimore storiche, ville prestigiose, centri congressi particolarmente innovativi) e/o alla loro localizzazione in luoghi con una forte caratterizzazione naturalistica, artistica o produttiva, che le rende incomparabili per le opportunità che possono offrire;
- dall’altro lato, sedi altamente flessibili e adattabili, che per il loro design e la loro modularità sono in grado di essere velocemente adeguate alle specifiche esigenze di personalizzazione degli eventi e che pertanto sono pronte ad accogliere i nuovi format di progettazione e di realizzazione degli eventi proponendosi non tanto come un luogo fisico, quanto come un ambiente esperienziale unico e autentico.

## 2. L’analisi per area geografica

Il mercato dei congressi e degli eventi ha presentato anche nel 2022 significative differenze per area geografica sia nel numero di sedi offerte, sia nel numero e nei caratteri degli eventi ospitati (tabb. 3-5).

Il **Nord**, che concentra il 53,0% delle sedi, ha ospitato il 59,0% degli eventi stimati a livello nazionale, con un aumento rispetto al 2021 pari al 218,3% (il 72,3% di quelli del 2019); in particolare il Nord Ovest con 96.826 eventi ha registrato l’incremento maggiore rispetto al 2021 (+221,8%), recuperando il 74,6% degli eventi del 2019, mentre il Nord Est ha ospitato 82.538 eventi (il 69,7% di quelli del 2019), registrando un incremento anno su anno del 214,2%. In termini di presenze, il Nord con una quota pari al 60,6% rappresenta l’area che, dopo le Isole, si è avvicinata di più ai valori registrati nel 2019, grazie soprattutto al Nord Ovest che ha recuperato l’82,1% delle presenze pre-pandemia.

Il **Centro**, che possiede il 25,0% delle sedi, ha ospitato il 24,4% degli eventi complessivi, con un aumento rispetto al 2021 pari al 293,1% (il 69,0% di quelli del 2019). Il Centro, particolarmente penalizzato nel 2021, presenta un incremento anno su anno superiore a quello del Nord relativamente, oltre che al numero di eventi, al numero di partecipanti (+405,5%) e al numero di giornate (+299,7%).

Il **Sud**, che dispone del 13,9% delle sedi, ha ospitato il 10,4% degli eventi, registrando un incremento rispetto al 2021 pari al 288,7% (il 66,9% di quelli del 2019). Al Sud l’incremento anno su anno delle presenze, dopo il valore particolarmente elevato registrato nel 2021 (+37,6% sul 2020, il più alto tra le diverse aree), nel 2022 è stato inferiore alla media nazionale (+260,2% sul 2021).

Le **Isole**, con l’8,1% delle sedi, hanno ospitato il 6,2% degli eventi con un aumento rispetto al 2021 pari al 498,8% (il 65,9% di quelli del 2019). L’incremento dei partecipanti (+662,3% rispetto al 2021), il maggiore tra le diverse aree, ha determinato un considerevole aumento delle presenze che hanno recuperato il 92,7% del valore registrato nel 2019.

*Tabella 3 - Il numero di eventi, partecipanti, giornate e presenze registrati in Italia nel 2022 per area geografica*

	Sedi		Eventi		Partecipanti		Giornate		Presenze	
	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%	Numero	%
Nord	2.985	53,0%	179.364	59,0%	12.814.917	60,4%	251.874	58,5%	19.204.152	60,6%
Centro	1.412	25,0%	74.051	24,4%	5.780.580	27,2%	105.663	24,5%	8.568.002	27,0%
Sud	785	13,9%	31.546	10,4%	1.647.774	7,8%	42.550	9,9%	2.357.126	7,4%
Isole	454	8,1%	18.729	6,2%	972.663	4,6%	30.351	7,1%	1.577.320	5,0%
<b>Totale</b>	<b>5.636</b>	<b>100,0%</b>	<b>303.689</b>	<b>100,0%</b>	<b>21.215.934</b>	<b>100,0%</b>	<b>430.437</b>	<b>100,0%</b>	<b>31.706.600</b>	<b>100,0%</b>

*Tabella 4 - La variazione percentuale del numero totale di eventi, partecipanti, giornate e presenze nel 2022 rispetto al 2021 per area geografica*

	Eventi	Partecipanti	Giornate	Presenze
Nord	218,3%	336,3%	245,8%	369,5%
Centro	293,1%	405,5%	299,7%	356,1%
Sud	288,7%	336,7%	246,1%	260,2%
Isole	498,8%	662,3%	589,9%	798,5%
<b>Totale</b>	<b>251,3%</b>	<b>362,7%</b>	<b>271,2%</b>	<b>366,4%</b>

*Tabella 5 - La variazione percentuale del numero totale di eventi, partecipanti, giornate e presenze nel 2022 rispetto al 2019 per area geografica*

	Eventi	Partecipanti	Giornate	Presenze
Nord	-27,7%	-24,9%	-29,0%	-24,3%
Centro	-31,0%	-31,0%	-30,0%	-33,3%
Sud	-33,1%	-32,4%	-37,9%	-32,7%
Isole	-34,1%	-19,9%	-23,4%	-7,3%
<b>Totale</b>	<b>-29,6%</b>	<b>-27,1%</b>	<b>-29,9%</b>	<b>-26,9%</b>

### 3. L'analisi per tipologia di sede

In Italia l'attività dei congressi e degli eventi presenta tradizionalmente differenze significative a seconda della tipologia di struttura e della capacità massima complessiva delle sedi (tabelle 6-8 e grafici 2-4).

Gli **alberghi con sale meeting**, che rappresentano il 67,0% di tutte le sedi analizzate, hanno concentrato il 77,3% degli eventi totali, il 53,4% dei partecipanti e il 53,1% delle presenze. Gli alberghi, che nel 2019 concentravano complessivamente l'80,9% degli eventi realizzati in Italia, sono le sedi che maggiormente hanno risentito dei vincoli per contrastare la diffusione del Covid-19 ancora in vigore nei primi mesi del 2022: a essere più penalizzate sono state le strutture di piccole dimensioni, ossia con una capacità complessiva massima di meno di 100 posti (il 28% degli alberghi totali).

I **centri congressi e le sedi fieristico congressuali**, che costituiscono il 2,2% delle sedi analizzate, hanno ospitato il 3,4% degli eventi totali, il 14,0% dei partecipanti e il 15,6% delle presenze totali. In particolare, i centri congressi pur essendo cresciuti di più delle sedi fieristico congressuali rispetto al 2021 in termini di numero sia di eventi che di partecipanti, rispetto al 2019 hanno recuperato solo il 68,7% degli eventi (contro l'89,3% delle sedi fieristico congressuali) e il 55,1% dei partecipanti (contro l'86%).

Le **dimore storiche non alberghiere** (abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.), che rappresentano l'8,4% delle sedi considerate, hanno ospitato il 2,5% degli eventi, registrando il 3,1% dei partecipanti e il 2,7% delle presenze. Rispetto al 2019 le dimore storiche hanno recuperato il 73,4%

degli eventi ottenendo un risultato migliore di quelle degli alberghi con sale meeting (che nel 2022 hanno ospitato un numero di eventi pari al 67,3% di quelli del 2019), probabilmente avvantaggiate dalla disponibilità di ampi spazi all'aperto, oltre che da un alto valore storico, culturale e paesaggistico.

Le **altre sedi** (sedi istituzionali, spazi non convenzionali, arene e centri sportivi, teatri, cinema e auditori), che rappresentano il 22,4% delle sedi considerate, hanno ospitato il 16,8% degli eventi, il 29,5% dei partecipanti e il 28,6% delle presenze.

In particolare, le **sedi istituzionali** e gli **altri spazi per eventi** (edifici pubblici, centri culturali, sedi universitarie, sedi camerali, centri studi, accademie, musei, sale di istituti ospedalieri, ecc.), che costituiscono l'11,1% del totale delle strutture esaminate hanno ospitato il 9,0% degli eventi totali, il 13,4% dei partecipanti e l'11,6% delle presenze totali.

Gli **spazi non convenzionali** (sedi aziendali, parchi divertimenti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc.), che rappresentano il 7,0% delle sedi considerate, hanno realizzato il 6,0% degli eventi, il 7,7% dei partecipanti e il 6,4% delle presenze totali.

Le **arene e i centri sportivi**, che rappresentano lo 0,7% delle sedi analizzate, hanno ospitato lo 0,3% degli eventi, il 4,9% dei partecipanti e il 7,6% delle presenze totali.

Infine, i **teatri, cinema e auditori**, che rappresentano il 3,6% delle sedi analizzate, hanno ottenuto una quota dell'1,5% in termini di eventi, del 3,5% in termini di partecipanti e del 3,0% rispetto alle presenze totali.

**Tabella 6 - Il numero totale di eventi, partecipanti, giornate e presenze registrati in Italia nel 2022 per tipologia di sede**

	Sedi		Eventi		Partecipanti		Giornate		Presenze	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
<b>Centri congressuali e fieristici</b>	<b>124</b>	<b>2,2%</b>	<b>10.273</b>	<b>3,4%</b>	<b>2.963.664</b>	<b>14,0%</b>	<b>14.398</b>	<b>3,3%</b>	<b>4.948.933</b>	<b>15,6%</b>
<i>(di cui)</i> Centri congressi	77	1,4%	8.702	2,9%	1.894.484	8,9%	11.967	2,8%	3.245.485	10,2%
Sedi fieristico congressuali	47	0,8%	1.571	0,5%	1.069.180	5,0%	2.431	0,6%	1.703.448	5,4%
<b>Dimore storiche</b>	<b>471</b>	<b>8,4%</b>	<b>7.494</b>	<b>2,5%</b>	<b>658.501</b>	<b>3,1%</b>	<b>9.426</b>	<b>2,2%</b>	<b>865.664</b>	<b>2,7%</b>
<b>Alberghi congressuali</b>	<b>3.779</b>	<b>67,0%</b>	<b>234.922</b>	<b>77,3%</b>	<b>11.341.991</b>	<b>53,4%</b>	<b>343.048</b>	<b>79,7%</b>	<b>16.833.722</b>	<b>53,1%</b>
<b>Altre sedi</b>	<b>1.262</b>	<b>22,4%</b>	<b>51.000</b>	<b>16,8%</b>	<b>6.251.778</b>	<b>29,5%</b>	<b>63.565</b>	<b>14,8%</b>	<b>9.058.281</b>	<b>28,6%</b>
<i>(di cui)</i> Sedi istituzionali e altri spazi	625	11,1%	27.388	9,0%	2.847.928	13,4%	34.748	8,1%	3.665.801	11,6%
Spazi non convenzionali	397	7,0%	18.376	6,0%	1.625.554	7,7%	21.608	5,0%	2.024.707	6,4%
Teatri, cinema e auditori	201	3,6%	4.448	1,5%	731.041	3,5%	5.270	1,2%	956.923	3,0%
Arene e centri sportivi	39	0,7%	788	0,3%	1.047.255	4,9%	1.939	0,5%	2.410.850	7,6%
<b>Totale</b>	<b>5.636</b>	<b>100,0%</b>	<b>303.689</b>	<b>100,0%</b>	<b>21.215.934</b>	<b>100,0%</b>	<b>430.437</b>	<b>100,0%</b>	<b>31.706.600</b>	<b>100,0%</b>

Con riferimento alla capacità massima complessiva delle sedi (tab. 9), quelle con meno di 250 posti totali, fortemente penalizzate nel periodo della pandemia, nel 2022 hanno totalizzato il 32,8% degli eventi ospitati, con un notevole aumento rispetto al 2021 (+308,1%); tra queste, in particolare, le sedi che hanno recuperato di meno il numero di eventi ospitati rispetto al 2019 sono quelle con una capacità inferiore ai 100 posti totali. Le sedi di maggiori dimensioni, con almeno 2.500 posti complessivi, pur registrando un risultato nella media nazionale con riguardo al rapporto del numero di eventi rispetto al 2019, hanno recuperato già nel 2022 il 73,4% dei partecipanti.

Grafico 2 - Gli eventi per tipologia di sede nel 2022

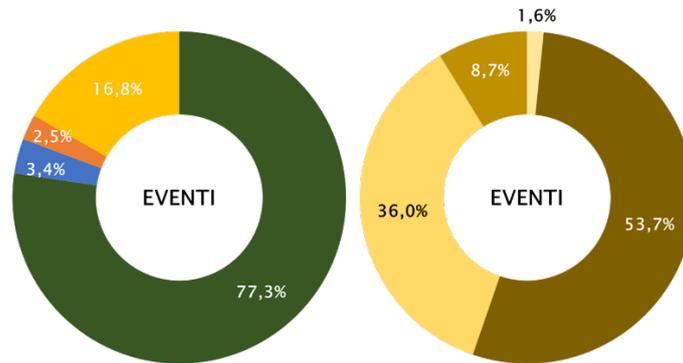


Grafico 3 - I partecipanti per tipologia di sede nel 2022

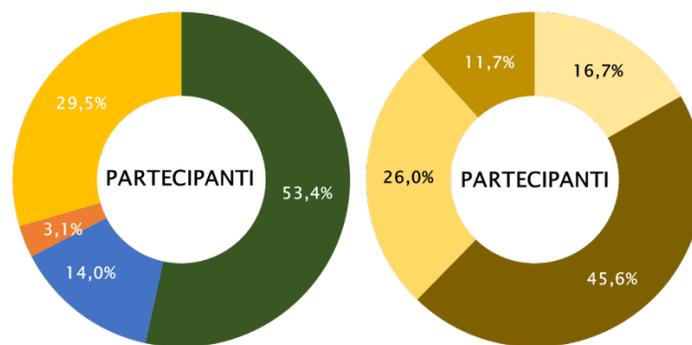
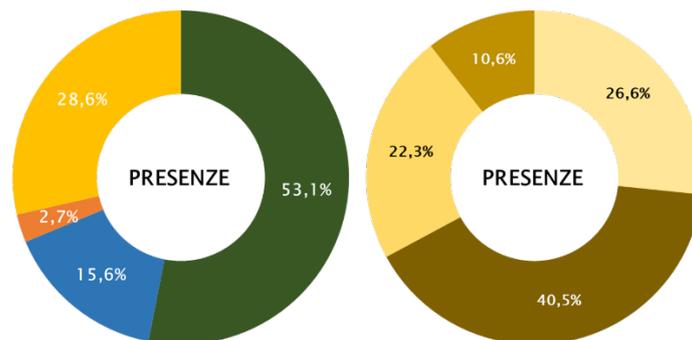


Grafico 4 - Le presenze per tipologia di sede nel 2022



*Tabella 7 - La variazione percentuale del numero totale di eventi, partecipanti, giornate e presenze nel 2022 rispetto al 2021 per tipologia di sede*

	Eventi	Partecipanti	Giornate	Presenze
Centri congressuali e fieristici	171,8%	244,0%	143,8%	187,6%
Dimore storiche	137,8%	225,7%	144,2%	247,7%
Alberghi congressuali	273,4%	401,7%	299,3%	428,6%
Altre sedi	207,2%	395,7%	213,4%	450,9%
<b>Totale</b>	<b>251,3%</b>	<b>362,7%</b>	<b>271,2%</b>	<b>366,4%</b>

*Tabella 8 - La variazione percentuale del numero totale di eventi, partecipanti, giornate e presenze nel 2022 rispetto al 2019 per tipologia di sede*

	Eventi	Partecipanti	Giornate	Presenze
Centri congressuali e fieristici	-28,8%	-36,7%	-33,1%	-35,2%
Dimore storiche	-26,6%	-29,1%	-24,5%	-25,0%
Alberghi congressuali	-32,7%	-30,9%	-32,6%	-33,8%
Altre sedi	-11,5%	-11,7%	-9,9%	-1,4%
<b>Totale</b>	<b>-29,6%</b>	<b>-27,1%</b>	<b>-29,9%</b>	<b>-26,9%</b>

*Tabella 9 - Il numero totale di eventi registrati in Italia nel 2022 per classe di capacità massima delle sedi e variazione percentuale rispetto al 2021 e al 2019*

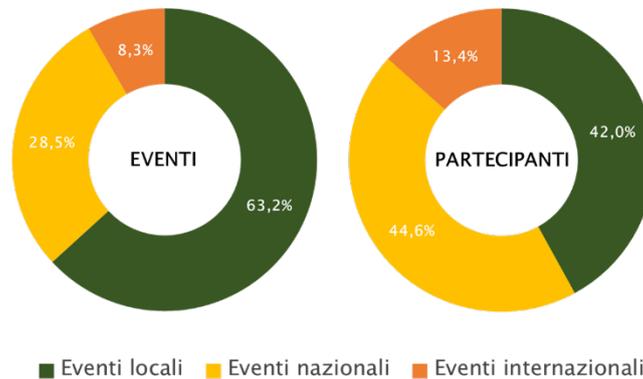
Classe di capacità massima totale	2022		Var% 2022/2021	Var% 2022/2019
	Numero	%		
<250 posti	99.741	32,8%	308,1%	-30,6%
250-499 posti	89.558	29,5%	257,6%	-26,7%
500-2.499 posti	108.159	35,6%	213,5%	-30,8%
>2.500 posti	6.231	2,1%	154,1%	-30,1%
<b>Totale</b>	<b>303.689</b>	<b>100,0%</b>	<b>251,3%</b>	<b>-29,6%</b>

#### 4. L'analisi delle diverse tipologie di clienti

La natura degli eventi ospitati è stata approfondita facendo riferimento ai dati forniti dalle sedi che hanno partecipato alla ricerca compilando in modo completo il questionario utilizzato per la rilevazione dei dati. Con riferimento alla **provenienza geografica dei partecipanti** (graf. 5), dall'analisi emerge una riduzione del numero di eventi nazionali a favore di quelli locali e un ritorno degli eventi internazionali quasi al livello del 2019. Infatti, risulta aver avuto:

- un ambito di riferimento **locale** – ovvero con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente dalla stessa regione dove è ubicata la sede congressuale – il 63,2% degli eventi ospitati (il 57,9% nel 2019) e il 42,0% dei partecipanti complessivi (il 41,4% nel 2019);
- un orizzonte **nazionale** – ossia con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente da fuori regione – il 28,5% degli eventi (il 32,3% nel 2019) e il 44,6% dei partecipanti totali (il 45,7% nel 2019);
- un orizzonte **internazionale**, avendo partecipanti provenienti in numero significativo dall'estero, l'8,3% degli eventi (il 9,8% nel 2019) e il 13,4% dei partecipanti totali (il 12,9% nel 2019).

*Grafico 5 - Gli eventi e i partecipanti a seconda della provenienza geografica dei partecipanti nel 2022*

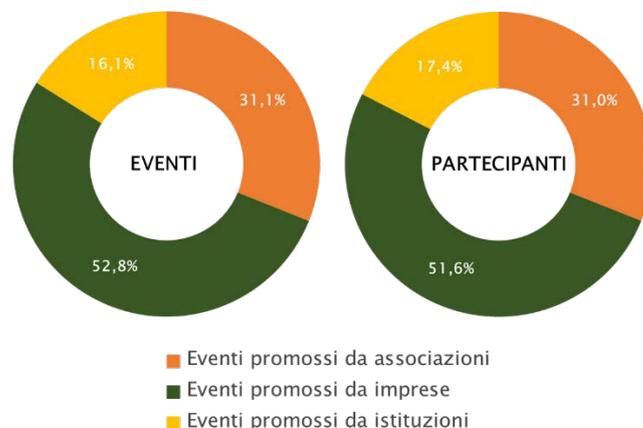


Con riferimento poi alla **tipologia di ente promotore** (graf. 6), gli eventi realizzati da associazioni, aziende e istituzioni hanno rappresentato nel loro insieme l'89,8% degli eventi totali, mentre appare residuale la percentuale degli altri eventi (10,2%).

Considerando come totale il numero di eventi sui quali si focalizza maggiormente il settore (escludendo cioè gli altri eventi) ed esaminando la natura dell'ente promotore, l'analisi evidenzia ancora un minor numero di eventi aziendali rispetto al periodo pre-pandemia, che ha determinato un aumento del peso percentuale sul totale sia degli eventi associativi, più numerosi ma con un minor numero medio di partecipanti, sia degli eventi promossi da enti e istituzioni. Infatti, risulta che:

- gli eventi promossi da **associazioni** hanno rappresentato il 31,1% degli eventi (il 25,3% nel 2019) e il 31,0% dei partecipanti (il 40,1% nel 2019);
- gli eventi promossi da **imprese** hanno concentrato il 52,8% degli eventi (il 62,4% nel 2019) e il 51,6% dei partecipanti (il 45,9% nel 2019);
- gli eventi promossi da **enti e istituzioni** hanno rappresentato il 16,1% degli eventi (il 12,3% nel 2019) e il 17,4% dei partecipanti (il 14% nel 2019).

*Grafico 6 - Gli eventi e i partecipanti a seconda della tipologia di ente promotore nel 2022*



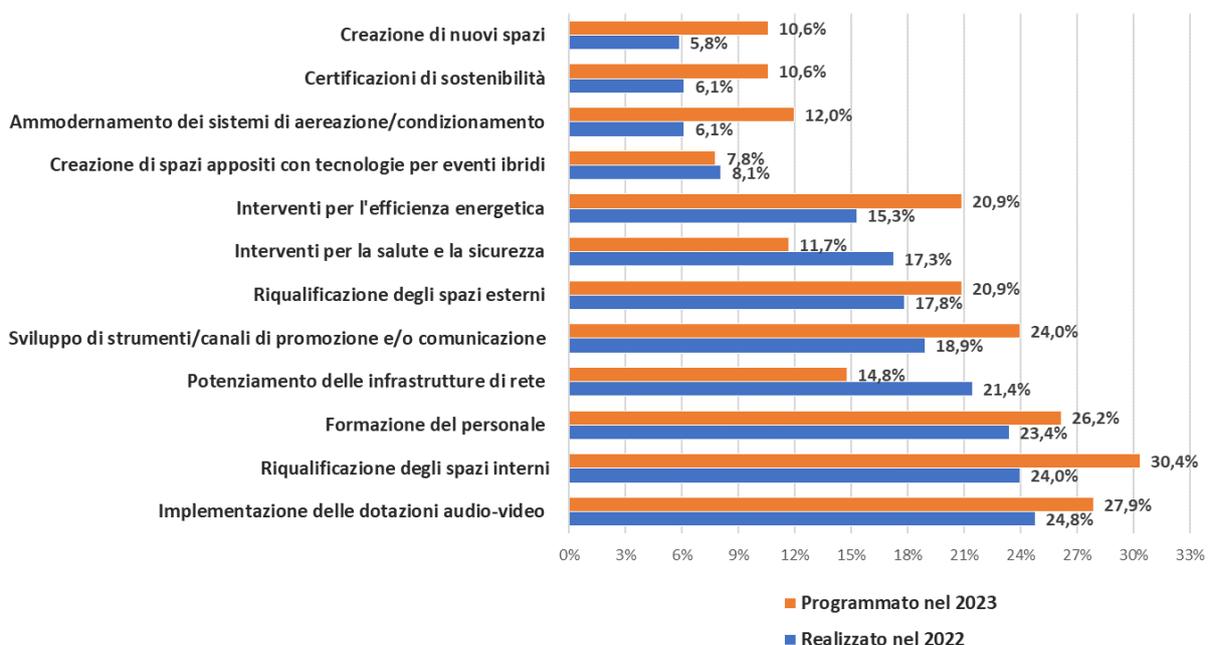
## 5. Gli investimenti realizzati nel 2022 e programmati per il 2023

Il 63,0% delle 359 sedi che hanno risposto in modo completo al questionario ha effettuato nel 2022 o ha in programma di effettuare nel 2023 almeno una tipologia di investimento (graf. 7).

Gli investimenti maggiormente realizzati nel 2022 a favore dell'attività di eventi e congressi hanno riguardato l'implementazione delle dotazioni audio-video (realizzato dal 24,8% del totale delle sedi rispondenti), la riqualificazione degli spazi interni (24,0%), la formazione del personale (23,4%), il potenziamento delle infrastrutture di rete (21,4%) e lo sviluppo di strumenti di promozione e/o di comunicazione (18,9%).

Gli investimenti che le sedi hanno in programma di realizzare nel 2023 coinvolgono in particolare la riqualificazione degli spazi interni (prevista dal 30,4% delle sedi rispondenti), l'implementazione delle dotazioni audio-video (27,9%), la formazione del personale (26,2%), lo sviluppo di strumenti di promozione e/o di comunicazione (24,0%), la riqualificazione degli spazi esterni (20,9%) e gli interventi per l'efficienza energetica (20,9%).

**Grafico 7 - Gli investimenti realizzati nel 2022 e programmati per il 2023**  
(risposte multiple)

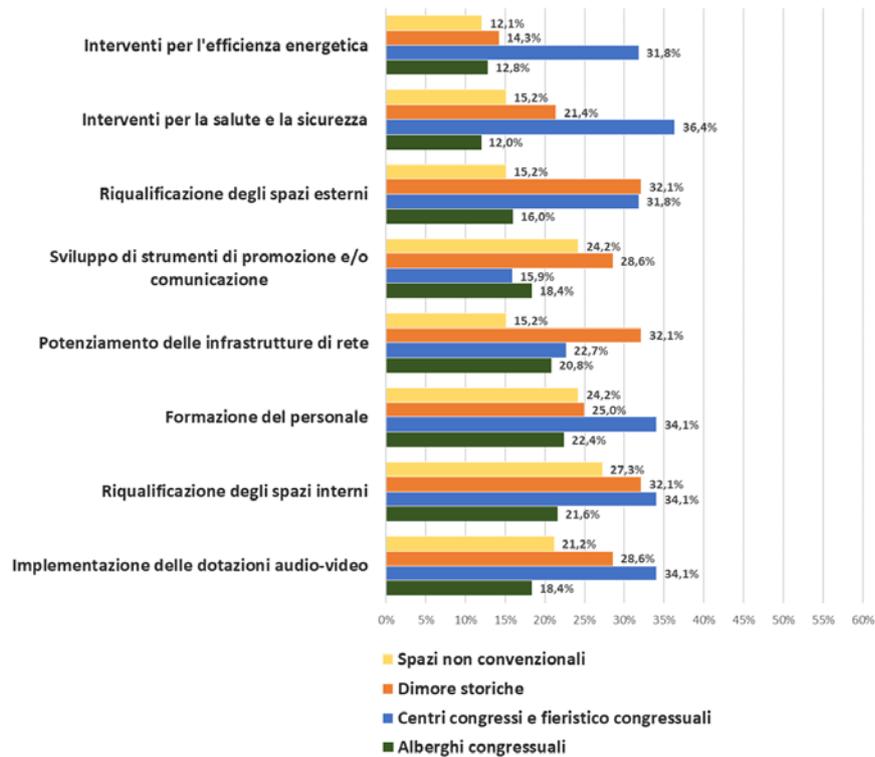


In particolare, sono stati i centri congressi e fieristico congressuali a investire maggiormente nel 2022 negli interventi per la salute e la sicurezza (36,4% delle sedi rispondenti), per l'efficienza energetica (31,8%) e per la formazione del personale (34,1%), mentre sono state le dimore storiche a investire in maggior misura nel potenziamento delle infrastrutture di rete (32,1%) e nello sviluppo di strumenti di promozione e/o comunicazione (28,6%). Gli investimenti sulle strutture e sulle dotazioni audio-video sono stati effettuati nel 2022 in modo rilevante sia dai centri congressi e fieristico congressuali che dalle dimore storiche: infatti, i centri congressi e fieristico congressuali sono intervenuti nella riqualificazione degli spazi interni (nel 34,1% dei casi) ed esterni (31,8%) e nell'implementazione delle dotazioni audio-video (34,1%), mentre le dimore storiche hanno posto in essere i medesimi interventi di riqualificazione degli spazi nel 32,1% dei casi e di implementazione delle dotazioni audio-video nel 28,6% (graf. 8).

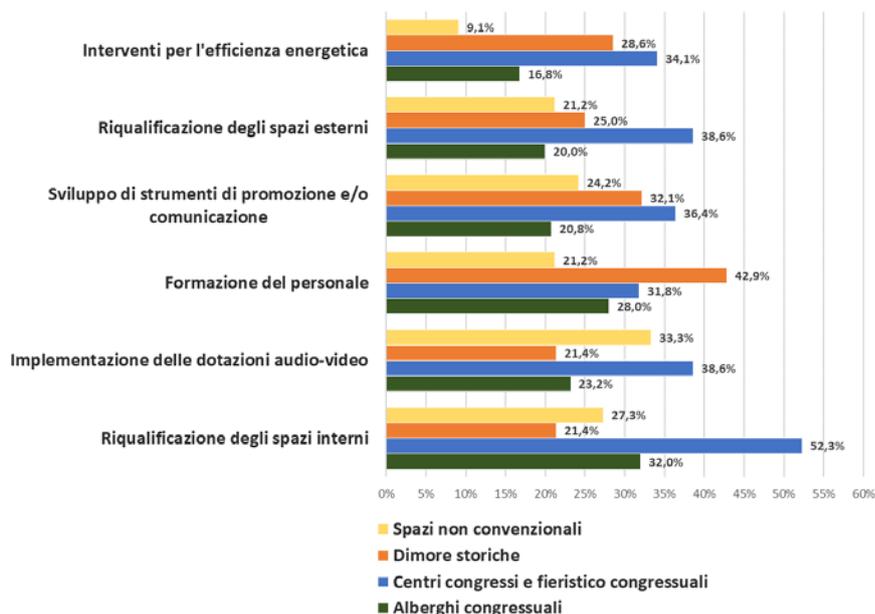
Nel 2023 sono previsti investimenti per la riqualificazione degli spazi interni soprattutto da parte del 52,3% dei centri congressi e fieristico congressuali rispondenti (che nel 38,6% effettueranno anche interventi di riqualificazione degli spazi esterni), seguiti dagli alberghi congressuali (32,0%) e dalle sedi non convenzionali (27,3%). Gli interventi per l'efficienza energetica sono previsti ancora dal 34,1% dei centri congressi e fieristico congressuali e dal 28,6% delle dimore storiche, mentre sulla formazione del

personale prevedono di investire in particolare il 42,9% delle dimore storiche, il 31,8% dei centri congressi e fieristico congressuali e il 28% degli alberghi con sale meeting; infine, gli investimenti per lo sviluppo degli strumenti di promozione e/o comunicazione sono in previsione per il 36,4% dei centri congressi e fieristico congressuali e per il 32,1% delle dimore storiche (graf. 9).

*Grafico 8 - I principali investimenti realizzati nel 2022 da parte di alcune tipologie di sedi (risposte multiple)*



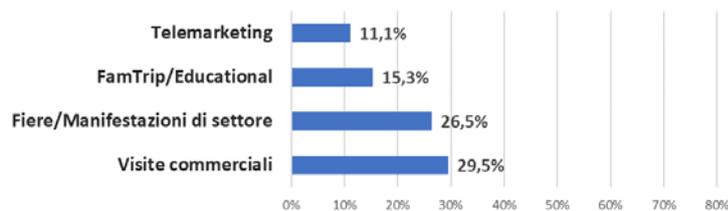
*Grafico 9 - I principali investimenti programmati per il 2023 da parte di alcune tipologie di sedi (risposte multiple)*



## 6. Le forme di promozione e di comunicazione

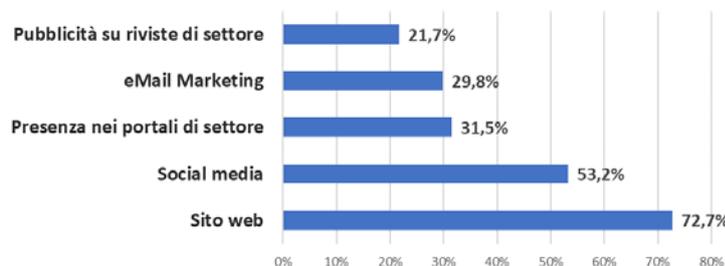
Per quanto riguarda gli strumenti di promozione delle attività specificamente riferite agli eventi e ai congressi (graf. 10) ai quali le sedi hanno fatto ricorso durante il 2022, la ricerca ha riscontrato l'utilizzo prevalente delle visite commerciali (segnalato dal 29,5% delle sedi rispondenti), seguito dalla partecipazione a fiere e ad altre manifestazioni di settore (26,5%).

**Grafico 10 - Gli strumenti di promozione delle attività congressuali**  
(risposte multiple)

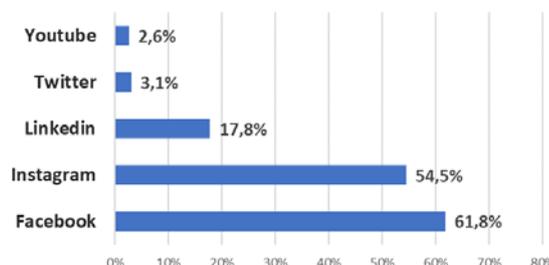


Per quanto concerne invece i canali utilizzati con regolarità per la comunicazione delle attività congressuali (graf. 11), il 72,7% delle sedi rispondenti ha indicato il sito web seguito dai social media (53,2%) e dalla presenza nei portali di settore (31,5%). Con riferimento specifico ai social media maggiormente utilizzati (graf. 12), le sedi hanno segnalato Facebook e Instagram (di cui si avvalgono, rispettivamente, il 61,8% e il 54,5% delle sedi che sono presenti sui social media), in ben un terzo dei casi utilizzati congiuntamente.

**Grafico 11 - I canali di comunicazione delle attività congressuali**  
(risposte multiple)

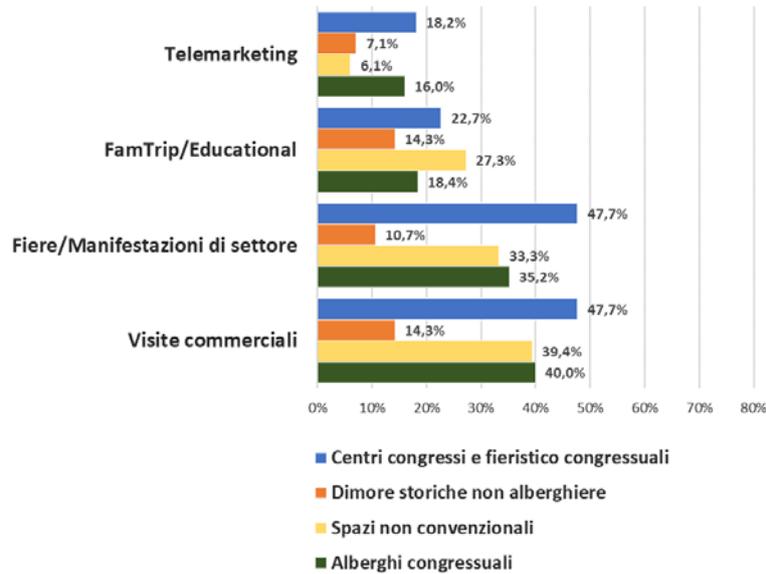


**Grafico 12 - I social media maggiormente utilizzati**  
(risposte multiple sul totale degli utilizzatori)



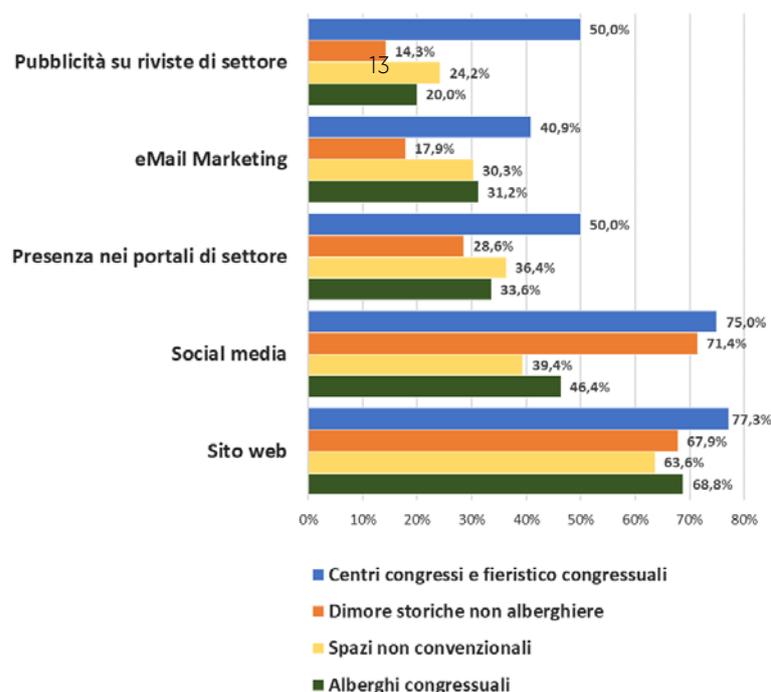
Molto attivi nella promozione delle proprie attività sono risultati sia i centri congressi e fieristico congressuali, il 47,7% dei quali si avvale delle visite commerciali e partecipa a fiere e ad altre manifestazioni di settore; i medesimi strumenti promozionali sono utilizzati dagli alberghi congressuali (rispettivamente nel 40,0% e nel 35,2% dei casi) e dagli spazi non convenzionali (39,4% e 33,3%); in particolare, gli spazi non convenzionali sono la tipologia di sede che ricorre in percentuale maggiore ai *familiarization trip* nel 27,3% dei casi (graf. 13).

*Grafico 13 - Gli strumenti di promozione delle attività congressuali utilizzati da alcune tipologie di sede (risposte multiple)*



Tra i canali di comunicazione utilizzati per la valorizzazione dei caratteri della propria identità (graf. 14), i centri congressi e fieristico congressuali si distinguono per un uso maggiore dei social media (se ne avvale il 75,0% delle sedi rispondenti), della presenza nei portali di settore e della pubblicità sulle riviste specializzate (in entrambi i casi per il 50% delle sedi). I social media risultano, infine, particolarmente utilizzati dalle dimore storiche (nel 71,4% dei casi).

*Grafico 14 - I canali di comunicazione delle attività congressuali utilizzati da alcune tipologie di sede (risposte multiple)*

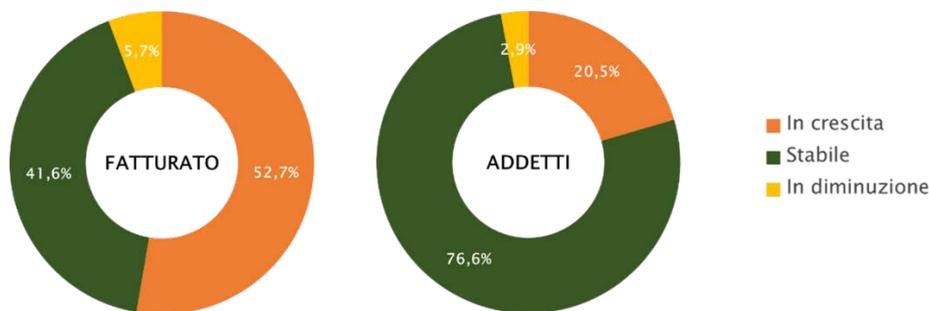


## 7. Le prospettive per il 2023 in termini di andamento del fatturato e del personale

Il 52,7% delle sedi che hanno partecipato alla rilevazione compilando completamente il questionario prevede nel 2023 un aumento rispetto al 2022 del loro **fatturato** complessivo riferito agli eventi e ai congressi mentre il 41,6% ritiene che il fatturato resti stabile (graf. 14). Per quanto riguarda la previsione circa l'andamento delle **tariffe** nel 2023, il 50,5% delle sedi rispondenti ritiene che saranno in crescita, mentre il restante 49,5% afferma che rimarranno inalterate rispetto all'anno precedente.

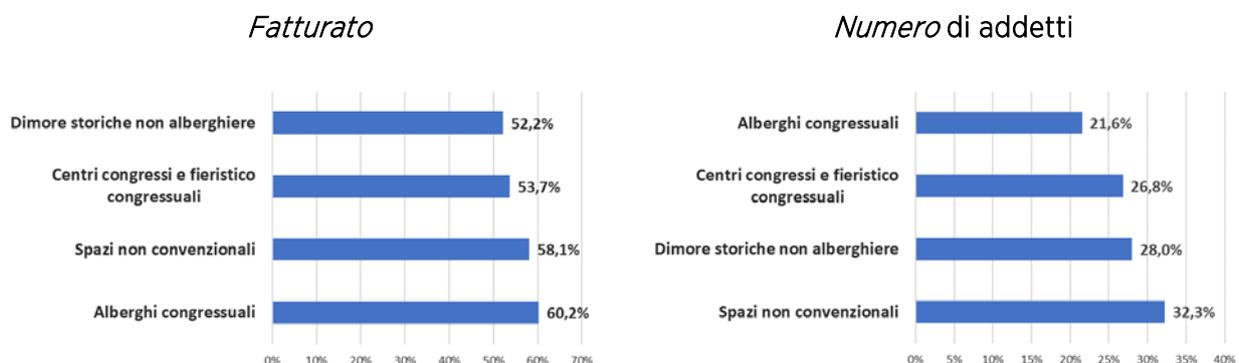
Con riferimento, invece, alla variazione del numero di **addetti** dedicati all'attività di eventi e congressi nel 2023 rispetto all'anno precedente, il 20,5% delle sedi rispondenti prevede una crescita a fronte del 76,6% che ritiene che il numero rimanga stabile (graf. 14).

*Grafico 14 - Le previsioni di variazione del fatturato e del numero di addetti nel 2023 rispetto al 2022*



In particolare, sono gli alberghi congressuali a prevedere in percentuale maggiore un aumento del fatturato relativo agli eventi e ai congressi (il 60,2% dei rispondenti), seguiti dagli spazi non convenzionali (58,7%), mentre per quanto riguarda l'andamento del numero degli addetti è il 32,3% degli spazi non convenzionali a prevedere un aumento, seguito dal 28,0% delle dimore storiche (graf. 14).

*Grafico 14 - Le percentuali di sedi che prevedono un aumento del fatturato e del numero di addetti nel 2023 rispetto al 2022*



## Nota metodologica

La raccolta dei dati è avvenuta nel periodo tra dicembre 2022 e aprile 2023 e si è avvalsa di un questionario distribuito online a tutte le 5.716 sedi rientranti nell'universo considerato.

La raccolta dei dati ha riguardato tutti gli incontri (totalmente in presenza o ibridi) della durata di almeno 4 ore e con un minimo di 10 partecipanti, realizzati allo scopo di condividere idee e conoscenze, condurre affari o socializzare, con l'esclusione di mostre, esposizioni ed eventi privati (quali matrimoni o altre celebrazioni non aziendali) e di concerti o spettacoli se rappresentano l'attività principale della sede (come nel caso di teatri, arene, cinema, ecc.) (cfr. WORLD TOURISM ORGANIZATION, *Global Report on the Meetings Industry*, Madrid 2014, p. 10).

Alla ricerca hanno partecipato 474 sedi, pari all'8,3% di quelle contattate. Le percentuali di risposta sono state particolarmente alte presso le sedi fieristico congressuali (il 44,7%), i centri congressi (il 37,7%) e le sedi istituzionali (il 19,8%).

Le sedi rispondenti presentano mediamente un numero complessivo di posti offerti statisticamente maggiore rispetto a quello delle sedi non rispondenti; questa circostanza è stata considerata nella predisposizione delle stime, che sono state effettuate stratificando l'universo per area geografica, tipologia di sede e capacità massima complessiva.

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 del 12%.

## FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA PER IL CONTRIBUTO:



### CONVENTION BUREAU ITALIA

Convention Bureau Italia è l'ente privato nazionale di promozione turistica che opera nella Meeting Industry. Nato dalla volontà delle principali associazioni di categoria, collabora costantemente con ENIT per agevolare il business e favorire la crescita del turismo corporate in Italia.

[www.conventionbureauitalia.com](http://www.conventionbureauitalia.com)



### DESTINATION FLORENCE CONVENTION AND VISITORS BUREAU

Destination Florence CVB è un consorzio, partner ufficiale del Comune di Firenze, che si occupa della promozione della destinazione per attrarre grandi eventi, congressi, matrimoni internazionali e turismo di qualità. Rappresenta l'offerta turistica della città grazie agli oltre 300 soci che ne fanno parte.

[www.conventionbureau.it](http://www.conventionbureau.it)



Lago Maggiore  
Lago d'Orta  
Lago di Mergozzo  
Monti e Valli d'Ossola



REGIONE  
PIEMONTE

### LAGO MAGGIORE, LAGO D'ORTA, LAGO DI MERGOZZO E VALLI DELL'OSSOLA PIEMONTE ITALIA LAGHI E MONTI, TERRE DI EVENTI

Il Lago Maggiore con le Isole Borromee, il Lago d'Orta con l'Isola di San Giulio e le Valli Ossolane tutt'intorno sono tra le TOP DESTINATION MICE DEL PIEMONTE.

Meetings, team building e incentive trovano qui location meravigliose, servizi all'avanguardia ed esperienze bleisure in grado di soddisfare la clientela business internazionale.

*Live your Lago Maggiore Experience*

[www.distrettolaghi.it](http://www.distrettolaghi.it)



## PADOVA CONGRESS

Uno spazio unico, contemporaneo, flessibile. Un gioiello architettonico che coniuga design, funzionalità, tecnologia. Un luogo dalla vocazione internazionale che può ospitare eventi fino a 3.334 persone. A pochi passi dal centro storico di Padova e a meno di mezzora da Venezia, il nuovo centro Padova Congress – il più grande del Veneto – è una location ideale per congressi, grandi eventi, convention aziendali, meeting e serate di gala.

[padovacongress.it](http://padovacongress.it)



## PROMOTURISMO FVG

PromoTurismoFVG è l'ente regionale che si occupa della strategia, della gestione operativa e della promozione turistica del Friuli Venezia Giulia, con al suo interno un'area dedicata al comparto congressuale e allo sviluppo della meeting industry territoriale.

[www.promoturismo.fvg.it](http://www.promoturismo.fvg.it)



## TURISMO TORINO E PROVINCIA CONVENTION BUREAU

Turismo Torino e Provincia Convention Bureau è il referente unico per chi vuole realizzare un evento a Torino e il trait-d'union con il sistema congressuale locale. Assiste gratuitamente PCO, incentive house e meeting planner, predisponendo studi di fattibilità e candidature e offrendo un vantaggioso pacchetto di servizi, agevolazioni e incentivi economici.

[convention.turismotorino.org](http://convention.turismotorino.org)



## VENICE REGION CONVENTION BUREAU NETWORK

Venice Region Convention Bureau Network è la rete del sistema regionale congressuale e rappresenta l'offerta integrata delle destinazioni che permette di promuovere e gestire efficacemente ogni tipologia di evento potendo contare sul supporto in loco, sull'assistenza di esperti e su un coordinamento fattivo dei Convention Bureau Territoriali.

[www.veneto.eu/strutture-congressuali](http://www.veneto.eu/strutture-congressuali)



## VILLA ERBA

Un lago, un parco, una villa storica e un centro internazionale esposizioni e congressi: solo a Villa Erba è possibile trovare tutto questo. Una location dinamica, che può essere disegnata su esigenze specifiche in termini di capienza, stile e creatività, immersa in un parco secolare di 100.000 mq fronte lago.

Tradizione, innovazione e sostenibilità – visiona il nostro Bilancio di Sostenibilità sul sito:

[www.villaerba.it](http://www.villaerba.it)



## VISITPIEMONTE

Visit Piemonte scrl è la società in-house della Regione Piemonte e di Unioncamere Piemonte, che si occupa della valorizzazione turistica e agroalimentare del territorio e del posizionamento della destinazione Piemonte nel panorama nazionale ed internazionale della Meeting Industry.

[www.visitpiemonte-dmo.org](http://www.visitpiemonte-dmo.org)

FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA  
INOLTRE:



Riva del Garda®  
Fierecongressi





FEDERCONGRESSI  
&EVENTI

FEDERCONGRESSI&EVENTI  
Via dei Cestari 34 - 00186 Roma  
federcongressi@federcongressi.it  
www.federcongressi.it