

Eventi di valore

La meeting industry italiana cresce trainando l'economia nazionale. Imprese alberghiere sempre più protagoniste del settore, come confermano i dati dell'Osservatorio Federcongressi&eventi



TREND IN CRESCITA Il sentiment del settore meeting ed eventi continua a essere positivo. Le previsioni di chiusura dei bilanci 2017 indicano un fatturato complessivo stabile o in aumento, con alberghi congressuali e centri congressi in testa

Un comparto produttivo dal peso specifico rilevante per l'economia italiana. La meeting industry è un formidabile generatore di business per le filiere dell'ospitalità e del ricettivo. È un motore che muove realtà imprenditoriali di ogni genere e che in Italia vale miliardi di euro. Un settore in cui gli hotel sono una forza propulsiva. Lo confermano i dati dell'Oice-Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi 2016, promosso da Federcongressi&eventi e realizzato dall'Alta Scuola di Economia e Relazioni internazionali dell'Università Cattolica di Milano. Secondo la ricerca, in Italia sono stati realizzati complessivamente 386.897 eventi, per un totale di 28 milioni 173.514 partecipanti per 42 milioni 706.559 presenze, con una crescita rispettivamente dell'8,4 e del 21,5 per cento rispetto all'anno precedente. «L'Osservatorio indica

come il nostro sia un settore di grande importanza per lo sviluppo economico del Paese – sottolinea Alessandra Albarelli, presidente di Federcongressi&eventi –. Il valore non è però solo economico, ma anche sociale e culturale. È nei congressi e negli eventi che le persone si incontrano per fare innovazione, per aumentare le proprie competenze professionali e per affrontare temi di portata universale, quali l'ambiente o la cooperazione».

HOTEL IN PRIMA LINEA

Dati positivi che si accompagnano al progressivo aumento, negli ultimi tre anni, sia della dimensione media degli eventi, sia della loro durata media. In particolare, gli eventi della durata superiore a un giorno hanno rappresentato circa l'11,5 per cento del totale delle presenze nelle strutture alberghiere italiane. Il mercato dei congressi e degli eventi si differenzia,

inoltre, in base alla tipologia di sede in cui vengono ospitati. Gli alberghi congressuali, che rappresentano il 68,1 per cento di tutte le sedi analizzate dall'Oice, concentrano il 79,6 per cento degli eventi. Con riferimento alla provenienza geografica dei partecipanti, invece, totalizzano il 18,6 per cento dei partecipanti nei meeting internazionali, mentre rispetto alla categoria di clienti raggiungono il 65,1 per cento di partecipanti negli eventi promossi da aziende.

Secondo l'ultimo Osservatorio, aziende e enti/istituzioni sono stati i promotori più attivi. Al primo posto le aziende, le cui convention, o i cui lanci di prodotto e meeting rappresentano oltre la metà degli eventi organizzati, totalizzando il 48,9 per cento dei partecipanti totali e il 48 per cento delle presenze. Arrivano intanto segnali positivi di crescita dal mercato sia domestico che internazionale. Gli eventi nazionali hanno aumentato il loro peso, in un anno, dal 30,1 al 34,7 per cento, ma è cresciuta anche la quantità di eventi internazionali, passati dal 9,1 al 9,9 per cento. Specializzazione e dimensione sono i fattori di successo. Non è un caso che il 79,6 per cento degli eventi si sia svolto in alberghi congressuali, mentre i centri congressi hanno aumentato il peso percentuale in termini di partecipanti. Le dimore storiche, invece, sono state utilizzate per ospitare il 2,7 per cento dei meeting e sono la tipologia di sede che ha visto diminuire di più il numero di eventi.

Il sentiment del settore meeting ed eventi, sempre stando all'Osservatorio Federcongressi&eventi, continua a essere positivo. Le previsioni di chiusura dei bilanci 2017 indicano un fatturato complessivo stabile o in incremento, con gli alberghi congressuali e i centri congressi a guidare la crescita.