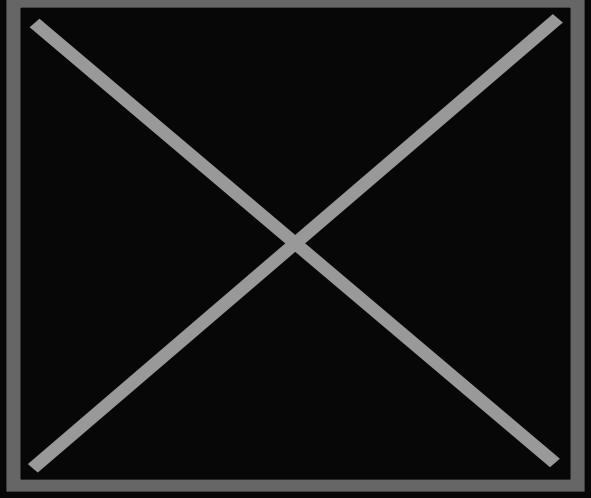
Osservatorio Oice: musei e centri congressi trainano il turismo congressuale in Italia

Dati incoraggianti dalla nuova edizione dall'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE, presentata ieri a Roma: il settore del turismo congressuale italiano continua a godere di buona salute e ha i numeri per fare del Paese una destinazione ancora più appetibile per ospitare i congressi associativi internazionali, fonti di ricchezza e strumento di promozione della destinazione che li ospita. Nel 2017 in Italia sono stati realizzati infatti 398.286 tra congressi ed eventi segnando un +2,9% rispetto al 2016.
Valori con segno più anche per il numero dei partecipanti, delle presenze e della durata complessiva degli eventi: i partecipanti sono stati 29.085.493 (+3,2%), le presenze 43.376.812 (+1,6%) e la durata complessiva è stata pari a 559.637 giornate (+2,8%).

Chi fa gli eventi: campanello di allarme dalle associazioni internazionali

Le aziende si confermano come i principali promotori di eventi, aumentando gli investimenti negli eventi come strumento di marketing e comunicazione.
Convention, meeting, lanci di prodotto promossi dalle aziende rappresentano il 64% degli eventi svolti in Italia nel 2017 (erano il 56,5% nel 2016 e il 55,4% nel 2015), arrivando a concentrare oltre la metà sia dei partecipanti (55,1%), sia delle presenze (54,2%) totali.
Sembrano trarne vantaggio non solo gli alberghi congressuali, nei quali i partecipanti agli eventi aziendali sono aumentati in un anno di 8 punti percentuali, ma anche i centri congressi (+11 punti percentuali)".
Le associazioni (e in particolar modo le associazioni medico-scientifiche) sono il secondo promotore di eventi ma continuano a diminuire il proprio peso percentuale sul totale. Nel 2017 gli eventi associativi - principalmente congressi - sono stati il 25,5% del totale, contro il 31,6% del 2016 e il 34,8% del 2015. Conseguentemente in flessione anche il peso percentuale sul totale dei partecipanti, passati dal 36,3% del 2016 al 30,8% del 2017, e delle presenze, dal 36,5% al 31,4%.
Terzo promotore per numero di eventi organizzati sono gli enti e le istituzioni di tipo governativo, politico, sindacale e sociale ai quali si attribuisce il 9,9% degli eventi, il 14,1% dei partecipanti e il 14,4% delle presenze.



"Conoscere i dati di chi fa eventi e congressi in Italia ci spinge a una riflessione che ha bisogno di risposte urgenti da parte delle istituzioni", commenta la Presidente di Federcongressi&eventi Alessandra Albarelli. "L'andamento positivo del settore indica che le imprese della meeting industry sono competitive, pronte a rispondere ai bisogni di comunicazione ed engagement di chi promuove gli eventi, a fornire soluzioni di estrema qualità e professionalità. La flessione, però, delle associazioni internazionali che scelgono l'Italia per i propri congressi è un dato che richiede interventi ad hoc. Le nazioni nostre competitor attirano i congressi associativi mettendo sul piatto incentivi economici e benefit, consapevoli di quanto ospitare un congresso internazionale crei indotto e sia un'occasione straordinariamente efficace di destination marketing. Queste buone prassi dovrebbero essere adottate in maniera strutturata anche dal nostro Paese per non fargli perdere competitività nonostante il suo universalmente riconosciuto appeal turistico".

Eventi nazionali in aumento

La maggioranza dei congressi ed eventi (il 56,9%) svolti in Italia ha una dimensione locale – cioè con partecipanti (relatori esclusi) provenienti prevalentemente dalla medesima regione della sede – ma aumentano gli eventi nazionali, cioè con partecipanti principalmente da fuori regione, portando il loro peso dal 34,7% del 2016 al 35,2% del 2017. Coerentemente con la flessione dei congressi associativi diminuiscono gli eventi internazionali, cioè con partecipanti provenienti in numero significativo dall'estero, che passano dal 9,9% del 2016 al 7,9% del 2017.

Location per eventi: aumenta il peso dei centri congressi

Come nel 2016, sono gli alberghi congressuali, che rappresentano il 67,9% delle sedi italiane, ad aver concentrato la maggior parte degli eventi svolti in Italia, il 79,8% del totale, con una netta prevalenza di eventi aziendali, il 77%. I centri congressi, che ospitano il 3,3% degli eventi, registrano un aumento del numero sia degli eventi ospitati (+4,8%) sia dei partecipanti (+11,3%). Per quanto riguarda le altre

principali tipologie di sedi analizzate dalla ricerca, è da rilevare la diminuzione di eventi ospitati dalle arene (-1,6% rispetto al 2016) e dalle dimore storiche (-1,5%).

Il “fenomeno musei”

Rimanendo in tema di sedi per eventi, l’Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi conferma il trend già evidenziato nel 2016 che vede i musei sempre più utilizzati per eventi e congressi, probabilmente anche grazie alle azioni di marketing intraprese da tali realtà per sostenere le proprie attività didattiche e divulgative. Sulla base di un universo considerato di 119 musei si stima che gli eventi ospitati siano stati 4.016 per complessivi 442.403 partecipanti, con un aumento rispettivamente dell’1,9% e del 4,2% rispetto al 2016. Il 47,9% degli eventi ospitati nei musei è di natura aziendale.

Fatturato in crescita per la meeting industry

I congressi e gli eventi realizzati in Italia crescono anno su anno e con loro aumenta l’ottimismo delle sedi che li ospitano. Quasi la metà delle sedi rispondenti, il 47,4% contro il 40% del 2016, è infatti ottimista circa un aumento del fatturato nel 2018 e il 41,5% ritiene che rimarrà invariato. Le sedi per eventi sono pronte a rispondere alle esigenze di un mercato sempre più competitivo: oltre la metà, il 62,7%, ha in programma di compiere investimenti nel 2018 concentrandosi principalmente in tecnologie (51,9% delle sedi) e infrastrutture e servizi (40,1% delle sedi).