

Nel 2023 le imprese sono tornate a investire nei congressi Per la meeting industry crescita a doppia cifra (+12%)

DI SARA BRUGNONI

Un tasso di crescita a doppia cifra, +12%, pari al triplo di quello medio annuo (4,1%) degli anni pre-Covid19. Più di 340 mila eventi e oltre 27 milioni di partecipanti.

Nel 2023 le imprese sono tornate a investire in eventi, quali convention, meeting e lanci di prodotto, come strumento di marketing e fidelizzazione. Secondo l'Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi, promosso da Federcongressi&eventi e realizzato dall'Alta scuola di economia e relazioni internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, le presenze generate dagli eventi di durata superiore a un giorno sono cresciute di oltre il 50% rispetto al 2022.

Secondo l'osservatorio, gli alberghi restano la sede più utilizzata per i meeting (77,8%), seguiti dai centri congressi e dalle sedi fieristico-congressuali (3,1%). A chiudere la classifica le dimore storiche, come ville o palazzi antichi, scelte nel 2,5% dei casi.

Le aziende si confermano le principali promotrici dei convegni (il 66,3%, 13,5 punti in più rispetto alla rilevazione precedente); al secondo posto, invece, le associazioni (con il 22,3% degli eventi), che si concentrano maggiormente sulle convention dedicate all'innovazione e alla conoscenza, soprattutto in ambito medico-scientifico.

La maggior parte dei congressi e degli eventi, il 59%, si è svolta al Nord, il 24,7% al Centro, il 10,2% al Sud e il 6,1% nelle Isole.

Positive inoltre le previsioni per l'anno in corso, in termini di crescita sia del numero degli eventi sia del fatturato.

«Eventi e congressi hanno oggi una qualità sempre più elevata e richiedono, quindi, sedi avanzate dal punto di vista dei servizi e delle tecnologie», ha spiegato Gabriella Gentile, presidente di Federcongressi&eventi. «Pa-

rallelamente, i grandi flussi turistici e il conseguente aumento del tasso di occupazione alberghiera nelle destinazioni storicamente a vocazione Mice (acronimo di meetings, incentive, congress and events, ndr) stanno spingendo gli organizzatori a scegliere per i congressi anche sedi fuori dai circuiti più consolidati, favorendo così non solo la destagionalizzazione ma anche la delocalizzazione del turismo».

Secondo il responsabile scientifico dell'Osservatorio, Roberto Nelli, «i risultati della ricerca evidenziano due aspetti fondamentali della meeting industry italiana. Da un lato, l'evoluzione delle sedi per eventi e congressi, che si riconfigurano progressivamente per adattarsi alla domanda del mercato in continua trasformazione. Dall'

altro lato, la vitalità dei territori, che sanno valorizzare sempre meglio la loro vocazione culturale. Si pensi ai comuni che rientrano nel cluster della cosiddetta grande bellezza, nei quali si colloca il 44% delle sedi che accolgono il 54% del totale dei partecipanti agli eventi in Italia».

L'indagine, che ha coinvolto oltre 5 mila sedi italiane del settore, ha infine riscontrato un incremento dei partecipanti internazionali, complice anche la fine delle restrizioni dovute alla pandemia. Oltre il 50% delle conferenze resta tuttavia a dimensione locale, come già accadeva negli anni precedenti. Per Nelli, gli ottimi risultati riscontrati costituiscono «un chiaro segnale di quanto la meeting industry possa contribuire allo sviluppo delle imprese nella prospettiva della network economy».

— © Riproduzione riservata — ■



Gabriella Gentile

