

Il mercato congressuale in Europa

Tendenze e previsioni

Analisi di
Giancarlo Leporatti

Valletta, 3 marzo 2016



Legenda

	Pagina
• Premessa	3
• Introduzione	4
• Metodologia	6
• La Storia	7
• Il fenomeno congressuale oggi	9
- Le tendenze	11
- Congressi e sicurezza	13
- La situazione italiana	15
- L'Offerta	16
- Considerazioni	17
• Come cambia il mercato	18
- Cambiano ruoli e funzioni nella filiera organizzativa	20
- Lo Sviluppo del potenziale progettuale del comparto	22
- L'incremento del fatturato e la diminuzione della domanda	24
• Conclusioni	25





Premessa

Il presente studio è stato realizzato analizzando i rilevamenti effettuati attraverso le varie indagini e interviste svolte da Eureka Mice dal 2012 e dalle altre realtà che in questi anni hanno investigato il mercato associativo-congressuale in Europa.

Lo studio prende in esame trasversalmente tanto i dati statisticamente rilevabili, quanto le risposte libere ai sondaggi e alle interviste che approfondiscono e meglio rappresentano le varie tendenze.

Per l'utilizzo di sistemi di rilevamento su campionature non omogenee, il presente lavoro non può rispondere ai parametri del rigore statistico e pertanto deve intendersi una libera interpretazione dell'autore seppur basata su dati statistici e indicatori di tendenza rilevati attraverso campioni significativi di intervistati.



Introduzione

Al fine di individuare gli andamenti e le tendenze in atto nel mercato associativo-congressuale, nell'ottobre 2012 Eureka Mice decise di integrare l'attività di monitoraggio di questo mercato con specifici sistemi di rilevamento: sondaggi, interviste, indagini che permettessero, anche attraverso il confronto con altri studi e statistiche disponibili, di avere una panoramica chiara e sufficientemente attendibile sugli andamenti e le tendenze future.

I sistemi di rilevamento attuati da Eureka Mice si riferiscono direttamente al mondo della domanda e sono quindi in grado di fornire una visione più completa ed esaustiva delle tendenze in atto in questo mercato.

Già il lavoro svolto nel corso del 2013 e pubblicato nel febbraio 2014, che prendeva in esame le logiche migratorie del mercato degli eventi associativo-congressuali in Europa, aveva messo in evidenza la tendenza alla decisa crescita della domanda e a forti cambiamenti sistemici.

Oltre alla verifica delle previsioni precedenti, dal 2014 ci siamo concentrati quindi ad approfondire il processo di cambiamento in corso, individuando le tendenze in atto e le modalità con cui si stavano progressivamente modificando i tradizionali sistemi progettuali e organizzativi del settore.

A tale scopo abbiamo quindi condotto sondaggi, interviste e studi basati sul mercato della domanda, effettuando nel contempo confronti e verifiche su segmenti dell'offerta.

Allo scopo di contestualizzare lo studio e fornire al lettore una panoramica esaustiva del fenomeno congressuale nella sua globalità storica, abbiamo riportato anche alcuni dati emersi dal rapporto ICCA: **"A Modern History of International Association Meetings 1963-2012"** che sintetizzano il



percorso e l'andamento di questo ricco, quanto particolare mercato dagli anni '60 sino al 2012, anno in cui abbiamo ci agganciamo con i rilevamenti del presente studio e i dati pubblicati dal UIA (Union of International Associations)

A questo proposito va specificato che data la mancanza di omogeneità tra i tre sistemi di rilevamento, non è possibile effettuare comparazioni ed elaborazioni incrociate dei dati, statisticamente sostenibili.

Infine desideriamo far presente che al termine dell'attività di rilevamento condotta da EMI Eureka MICE international, sono accaduti i fatti terroristici che hanno sconvolto lo scenario geopolitico internazionale. Abbiamo quindi provveduto ad integrare l'indagine con le impressioni a caldo dei referenti organizzativi. E' però tuttora difficile riuscire a valutarne le conseguenze sul medio-lungo termine, certo è che le proiezioni e le tendenze prospettate nel presente studio sono soggette a essere modificate, anche sostanzialmente, in base alle influenze derivate dall'instabilità geopolitica internazionale soprattutto in conseguenze di fatti terroristici.

Il nostro sistema di monitoraggio permetterà comunque di fornire costanti aggiornamenti sulle evoluzioni future di questo mercato.

Metodologia

Nello studio sono state complessivamente coinvolte attraverso sondaggi e interviste 386 associazioni internazionali con sede in Europa, selezionate per rappresentare un campione significativo della strutturazione del mercato e complessivamente 93 operatori dell'offerta europei tra Convention Bureau, Centri Congressi, Hotel con sale congressi e Hotel interessati al MICE.



Questa metodologia ha così permesso di redigere il profilo dell'attuale mercato associativo-congressuale che, partendo da un punto di osservazione privilegiato, quello cioè dove si forma la domanda, fornisce un'ampia panoramica dei cambiamenti e delle tendenze che stanno concorrendo a modificarlo radicalmente.



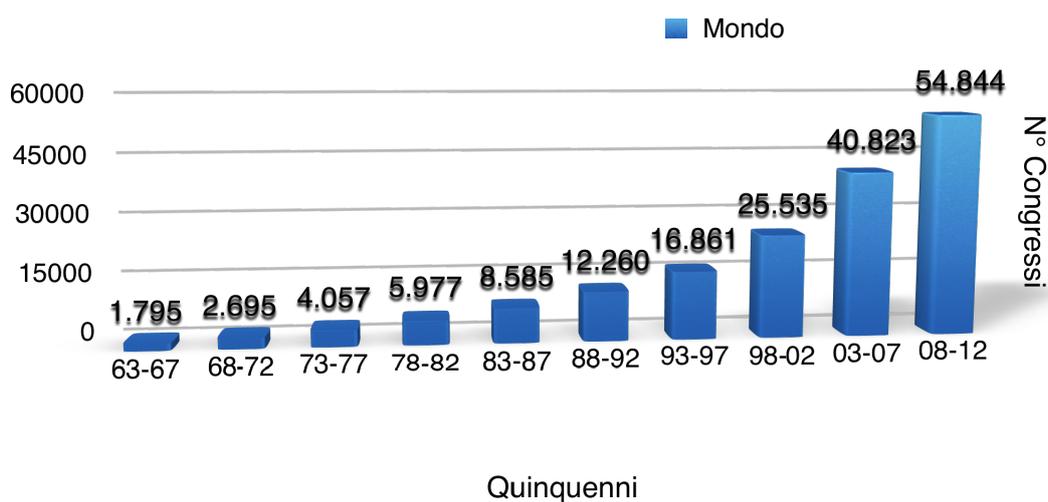
La storia

Il rapporto ICCA: "A Modern History of International Association Meetings. 1963-2012", prendendo in esame un periodo così esteso, consente di farsi un'idea, anche se abbastanza approssimativa - dal momento ICCA svolge i propri rilevamenti solo tra i propri membri - sull'andamento del fenomeno congressuale dagli anni '60 al 2012, anno di partenza del nostro studio.

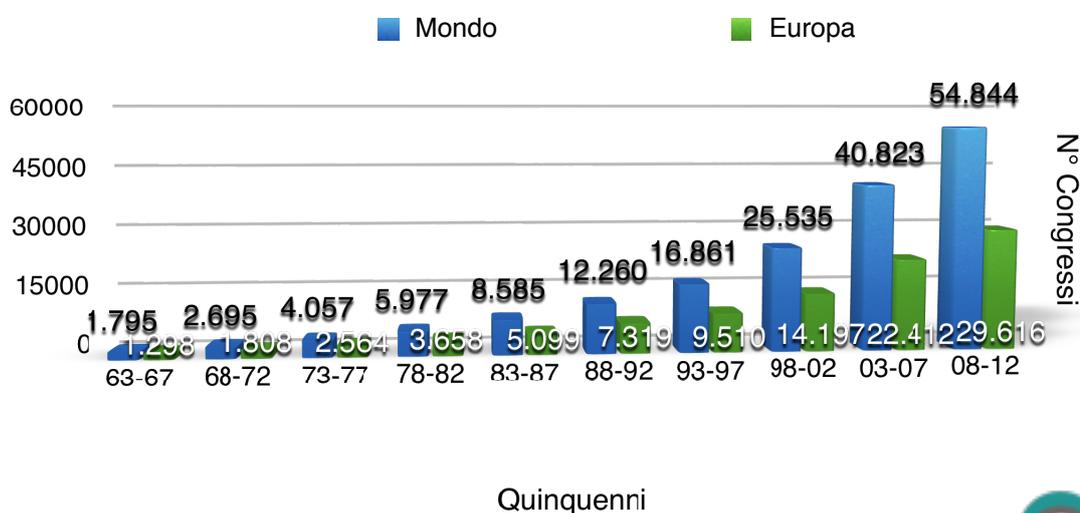
Il rapporto ICCA

Il fenomeno congressuale dagli anni 60 ad oggi ha conosciuto una crescita costante. A livello mondiale i congressi associativi sono ciclicamente raddoppiati ogni dieci anni.

N° Congressi per quinquennio



N° Congressi per quinquennio

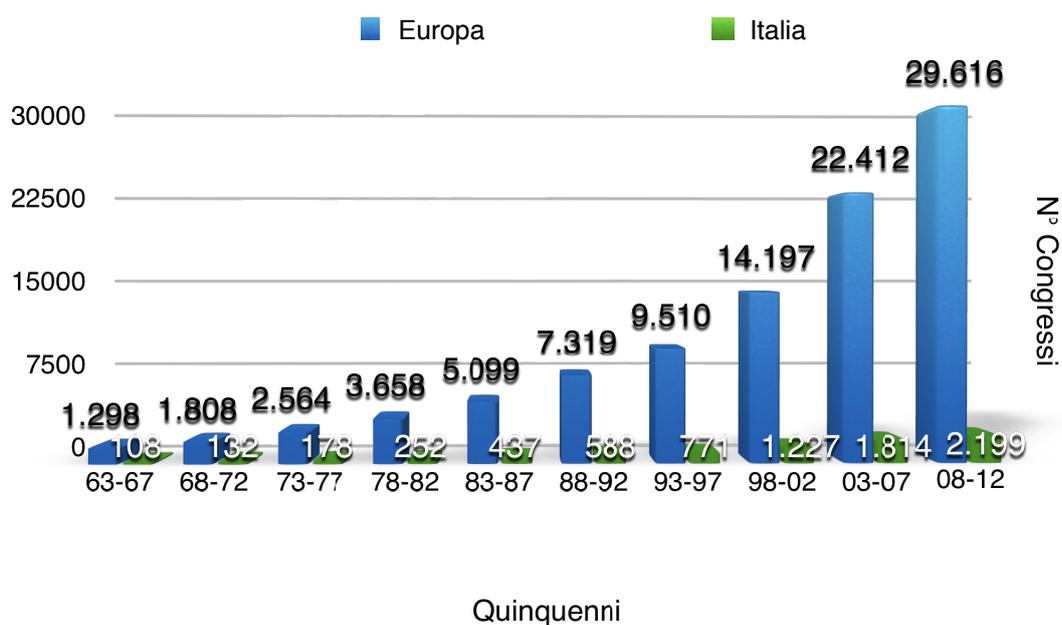


L'Europa ha sempre mantenuto una quota dominante del mercato mondiale, anche se con una costante, lieve flessione, poi stabilizzatasi intorno al 54%, all'inizio del nuovo millennio,.

Al pari dell'Europa, anche l'Italia ha mantenuto costante la propria quota di mercato all'interno di una forbice altalenante di valori tra il 7% e l'8% circa del mercato europeo.

Valori che sono sempre stati al di sotto delle reali potenzialità del Bel Paese, soprattutto se oltre all'appel si considerano le tante sue destinazioni a spiccata vocazione congressuale.

N° Congressi per quinquennio





Il fenomeno congressuale oggi

Per avere un quadro preciso e realistico del fenomeno congressuale nella sua globalità si deve fare riferimento all'attività di monitoraggio svolta da UIA (Union of International Associations) che indaga gli eventi alla fonte, cioè direttamente dalle associazioni organizzatrici e che a oggi censisce 428.369 congressi internazionali.

Il modello UIA considera i congressi internazionali associativi con almeno 50 partecipanti, esclude gli eventi aziendali, politici, sportivi, religiosi e di organizzazioni non profit, così come tutti gli eventi a partecipazione esclusivamente nazionale.

Secondo UIA nel 2014 si sono svolti nel mondo 12.212 congressi associativi internazionali - contro gli 11.135 del 2013 - distribuiti in 1.493 città di 181 paesi, contro le 1.465 città e i 174 paesi del 2013.

City	Number of meetings	Percentage of all meetings
Singapore	850	7,9%
Bruxelles	787	7,3%
Vienna	396	3,7%
Paris	325	3,0%
Seoul	249	2,3%
Tokyo	228	2,1%
Madrid	200	1,8%
Barcelona	193	1,8%
Bangkok	189	1,7%
Geneva	173	1,6%

Country	Number of meetings	Percentage of all meetings
USA	858	7,9%
Belgium	851	7,9%
Singapore	850	7,9%
Korea Rep.	636	5,9%
Japan	624	5,8%
France	561	5,2%
Austria	539	5,0%
Spain	513	4,7%
Germany	439	4,1%
UK	354	3,3%

Singapore continua a detenere il primo posto tra le città che ospitano il maggior numero di eventi con 850 eventi, seguita da Bruxelles con 787 e Vienna 396.

I primi tre paesi che a pari merito ospitano il maggior numero di congressi internazionali sono gli USA con 858 congressi, il Belgio con 851 e Singapore con 850.

Contrariamente alla classificazione ICCA in cui l'Italia è posizionata al sesto posto, ai vertici del ranking UIA non compaiono né l'Italia né nessuna destinazione italiana.

Nel 2014 l'UIA prevedeva per il 2015 un aumento dell'11% del numero di congressi e del 35% per il quinquennio successivo.

Anno dopo anno il numero di congressi associativi nel mondo continua e continuerà ad aumentare, così come si sta via via ampliando anche il numero delle destinazioni che li ospitano.



Le tendenze

Concordemente con tutti i rilevatori internazionali, anche le indagini svolte da EMI Eureka MICE International dal 2012, hanno sempre riconfermato la tendenza alla costante crescita della domanda.

Gli ultimi rilevamenti pubblicati nel corso del 2015 hanno indicato come tale crescita interessasse in modo pressoché omogeneo tutti i segmenti del mercato associativo-congressuale: dallo scientifico-

accademico, al corporativo-professionale con l'eccezione, in controtendenza, degli eventi promossi dalle istituzioni che probabilmente risentivano delle politiche restrittive avviate in questi anni dai vari governi ed enti.



Contemporaneamente a tale crescita si è però rilevata anche una progressiva contrazione dei budget relativi alle sponsorizzazioni e ai finanziamenti.

Tra le diverse cause che stanno influenzando questa tendenza va sicuramente considerato il fenomeno, in costante crescita, della "cinesizzazione delle strumentazioni": Strumentazioni prodotte da imprese cinesi a basso costo che, diversamente dalle aziende tradizionali, non finanziano la formazione e conseguentemente la convegnista.

Negli eventi internazionali è inoltre diminuita la capacità media d'acquisto dei congressisti, in parte a causa della riduzione delle disponibilità di alcune tipologie di partecipanti, dall'accesso ai consessi scientifici internazionali di nuovi paesi con ridotte capacità di spesa e all'incremento delle partecipazioni di studenti universitari.

Nel contempo permangono però e in molti casi vanno aumentando, anche le ospitalità di congressisti da parte di aziende sponsor, quasi sempre orientate ai migliori hotel della destinazione.



Un quadro abbastanza complesso nel suo insieme che richiede un'attenta analisi per non dar adito ad equivoche interpretazioni.

E' indubbio infatti che se d'un lato vi è l'esigenza di proporre soluzioni che permettano agli organizzatori di superare la carenza di finanziamenti e sponsorizzazioni, dall'altro, sul fronte dei costi riferiti al soggiorno dei congressisti, l'esigenza non è tanto quella di ricercare riduzioni delle tariffe alberghiere, quanto di disporre di una differenziazione ricettiva con soluzioni in Hotel di diverse categorie adatte a tutte le categorie di partecipanti.

Gli organizzatori, dal canto loro, hanno già iniziato un processo di revisione e riqualificazione, talvolta anche radicale, delle modalità organizzative, innescando conseguentemente l'attuale processo di progressivo mutamento degli scenari commerciali, con caduta delle rendite di posizione per taluni operatori e l'apertura di nuove opportunità per altri.



Congressi e sicurezza

Gli atti terroristici intensificatisi verso la fine del 2015 e la conseguente atmosfera d'insicurezza e instabilità, hanno iniziato ad influenzare il mercato associativo-congressuale con effetti molto meno immediati rispetto a quelli riscontrati negli altri settori del turismo.



La complessità della macchina decisionale congressuale ha infatti tempi più lenti e gli effetti hanno iniziato a farsi concretamente sentire dalla fine di gennaio 2016.

I colloqui avuti con le segreterie internazionali e i referenti dei comitati organizzativi nel momento più caldo, hanno messo in evidenza la tendenza alla revisione dei criteri di selezione delle candidature e talvolta addirittura, anche per gli eventi già in avanzato stato decisionale, introducendo la sicurezza della destinazione come elemento essenziale.

Non ci troviamo di fronte al rischio di una potenziale riduzione del numero degli eventi in programma, (organizzare eventi è un obbligo istituzionale, sancito nello statuto della maggior parte delle associazioni e società scientifiche) ma a un loro riposizionamento sulla base di nuovi criteri di selezione delle destinazioni che vedono appunto la "sicurezza" come requisito discriminante.



Semmai la flessione potrà riguardare il numero di partecipanti.

E' indubbio infatti che la percezione di sicurezza di una determinata destinazione da parte dei potenziali partecipanti ad un evento ha un'influenza diretta sulla loro propensione alla partecipazione e a tal fine sarà determinate l'immagine che la destinazione di svolgimento avrà saputo esprimere.





La raggiungibilità, da sempre requisito di base per la selezione delle candidature, pare stia lasciando il passo quindi alla "sicurezza" non solo della destinazione ospitante, ma anche delle modalità di raggiungerla.

Pertanto non di rado potrà accadere che anche una destinazione minore, meno comoda da raggiungere, ma che è in grado di esprimere una percezione di maggiore sicurezza, sarà sicuramente favorita rispetto alle grandi, tradizionali, destinazioni metropolitane.



Un aspetto questo che sta aprendo nuovi scenari nel mercato e rimettendo in gioco molte pianificazioni soprattutto internazionali.

Per dare un'idea della vastità e complessità delle ricadute connesse con questa tendenza, si consideri ad esempio che Parigi, Bruxelles e Istanbul si collocano al vertice della classifica mondiale delle città che ospitano il maggior numero di eventi internazionali (Classificazione UAI 2014).

Difficile fare previsioni su quanto questa tendenza, che trae origine dalla risposta emotiva dei mercati a contesti contraddistinti dall'instabilità, potrà radicarsi o meno. Fondamentali a tal fine saranno i fatti e le evoluzioni sullo scacchiere geopolitico internazionale.

Volendo comunque avanzare delle ipotesi in tal senso, considerata l'imprevedibilità del contesto, è facile dedurre che il perdurare di una situazione di instabilità e incertezza porterà a un radicamento e a una estremizzazione di questa tendenza, quando invece una sua normalizzazione la attenuerà progressivamente.



La situazione italiana

In tale contesto l'Italia sta godendo al momento (il condizionale è d'obbligo) di una buona immagine in parte merito dell'aver saputo gestire complessivamente, in modo positivo, due grandi eventi: L'Expo a Milano e la cerimonia di apertura del Giubileo. Le 2 principali città italiane, Milano e Roma, hanno dimostrato al mondo di saper gestire, in piena sicurezza ed efficienza, eventi di respiro internazionale organizzativamente complessi. Aspetto questo che fino a poco tempo fa non rientrava certo tra le eccellenze del "Bel Paese".



ITALIA
EXPO MILANO 2015

Forti di queste contingenze favorevoli, le destinazioni italiane hanno oggi la possibilità di riposizionarsi acquisendo, già nel breve periodo, nuove, importanti quote di mercato soprattutto riferite agli eventi internazionali.

Un'opportunità che vale tanto per i grandi centri metropolitani, per i motivi sopra indicati, quanto per le destinazioni "minori" che pur beneficiando di una raggiungibilità non eccellente, sono però in grado di sfruttare le loro peculiarità di nicchia, come la sicurezza e tutti quegli aspetti legati ai vantaggi del "piccolo è bello", finora in buona parte sottostimati dal concetto di "metropoli che tutto offre".

Tendenze degli eventi nazionali

Gli eventi a carattere nazionale, pur riconfermando in linea generale il loro trend positivo, manifestano però l'esigenza di trovare soluzioni che facilitino il contenimento dei costi a carico dell'organizzatore. Tra queste in primis emerge la tendenza a razionalizzare le modalità organizzative e la contrattualistica ottimizzando le risorse dell'associazione e in secondo luogo, cercando di contenere il più possibile i tempi di svolgimento dell'evento, ottimizzando il programma dei lavori.

Aumenta inoltre la tendenza a preferire ai tradizionali Palazzi dei congressi le sedi congressuali alberghiere, talvolta anche alle stesse sedi istituzionali.





L'Offerta

Rispetto alle proiezioni decisamente positive della domanda, il mondo dell'Offerta presenta invece pareri anche molto discordanti, a dimostrazione che i flussi, in realtà, non si sono spalmati in modo omogeneo.

A fronte di operatori che dichiarano di aver avuto un incremento di commesse per eventi associativo-congressuali, altri lamentano invece una stasi se non addirittura una decisa flessione.

Sono soprattutto i complessi alberghieri con sale congressi a spiccata vocazione congressuale, quindi, a registrare nel 2014 un deciso aumento di fatturato rispetto al 2013, che si attesta in una forbice molto ampia: tra il 3% e il 14% e con la previsione di un ulteriore incremento per gli anni a venire.

Inoltre, la dinamicità del settore e le positive prospettive stanno incoraggiando molti operatori ad affrontare investimenti specifici per questo mercato.

Questa è una tendenza che interessa trasversalmente destinazioni e paesi interessati da questi flussi.





Considerazioni

In piena crisi internazionale la domanda associativo-congressuale ha continuato ad aumentare.

A questo aumento è però corrisposto un aumento proporzionalmente molto più elevato dell'offerta, che ha iniziato a rivolgersi a questo mercato spesso anche in conseguenza della contrazione del mercato corporate.

Il forte aumento dell'offerta sia in termini quantitativi che qualitativi, sommato al mutamento degli scenari politico-economici, ha favorito nella domanda l'esigenza di un riposizionamento, riconsiderando quindi anche le esistenti rendite di posizione.

I flussi si sono così indirizzati verso quelle destinazioni e strutture che, opportunamente organizzate, hanno saputo svolgere una politica promo-commerciale più efficace, mirata alle esigenze di questo mercato che, com'è noto, ha caratteristiche molto diverse da quelle degli altri segmenti del mercato MICE.

Tendenza che avevamo previsto e annunciato già nel marzo del 2012.

Se ci limitiamo a osservare questo scenario dalla parte dell'offerta nel suo complesso non si può che avere una percezione falsata del reale andamento del mercato associativo-congressuale, percepito in maniera così profondamente diversa e contrastante dai vari operatori mentre, dall'analisi svolta nei confronti del mercato della domanda, che concorda con le altre indagini che prendono in esame solo i grandi ricettori dell'offerta (Indagine ICCA-IMEX) rileviamo invece una fase



decisamente espansiva avviata con un trend previsto da tutti gli indicatori internazionali, in costante crescita almeno fino al 2020.

Come cambia il mercato

Molti sono i fattori che hanno contribuito a indirizzare la domanda verso determinate destinazioni e strutture rispetto ad altre. Le principali motivazioni riguardano soprattutto l'esigenza di semplificare le procedure contrattuali e organizzative per alleggerire costi e rischi a carico dell'organizzatore.



Tranne alcuni casi riferiti soprattutto agli eventi a carattere nazionale, raramente l'esigenza di riduzioni tariffarie a carico dei partecipanti è il movente che influenza le scelte degli organizzatori.

Del resto, anche i prezzi di camere e servizi dal 2012, per gli anni a seguire, sono via via mediamente aumentati.

Ecco di seguito riportate alcune delle tendenze e degli aspetti riscontrati più frequentemente nel corso delle interviste che, a diverso titolo, influiscono sulle scelte degli organizzatori:

- **Trasferimento dei costi fissi sui partecipanti**

Trasferire i costi fissi dell'evento a carico dei singoli partecipanti (esempio: sede, tecnologie, allestimenti) è una richiesta che sempre più spesso è presente nelle condizioni di candidatura delle associazioni e non a caso molti Convention Bureau e strutture congressuali nelle loro proposte usano ormai declinare questi costi nelle due diverse modalità: fissi o per partecipante.



- **Concessioni di spazi a titolo gratuito**

Concedere l'utilizzo degli spazi congressuali a tariffe preferenziali o talvolta anche gratuitamente a fronte dell'acquisto da parte del cliente di



servizi di ristorazione quali: Welcome Cocktail, cene ufficiali, etc. è un'altra tendenza sempre più spesso utilizzata dagli Hotel con spazi congressuali nelle proposte per eventi con numero di partecipanti medio-alto.



- **Ospitalità relatori**

La concessione di camere in gratuità a fronte dell'occupazione di determinati contingenti, è tra le soluzioni particolarmente gradite dagli organizzatori che alleggerisce, quando addirittura non azzerava, i costi relativi all'ospitalità dei relatori.

- **Incentivi e benefit**



Stanno aumentando i Convention Bureau e i sistemi territoriali, in genere quelli meglio strutturati e organizzati, che propongono agli organizzatori oltre all'affiancamento nella fase progettuale ed il coinvolgimento delle istituzioni, anche incentivi e benefit vari quali:

l'uso di sedi a tariffe scontate o talvolta gratuite, contributi in servizi del territorio funzionali alle esigenze dell'evento e perfino contributi in denaro erogati alle associazioni disposte ad organizzare, in determinati periodi di interesse per la destinazione, un proprio evento nel territorio.

Sono solo alcuni degli aspetti più ricorrenti rilevati nel corso delle nostre interviste che stanno progressivamente modificando non solo il sistema di transazione ed erogazione dei servizi ma la struttura organizzativa stessa del comparto, con la conseguente riqualificazione dei ruoli delle figure professionali e commerciali coinvolte.



Cambiano ruoli e funzioni nella filiera organizzativa

Soprattutto negli eventi medio piccoli e piccoli (sotto i 500 partecipanti), che rappresentano la fetta più grande del mercato, il PCO sta progressivamente perdendo molte delle sue tradizionali funzioni legate alla progettualità e al coordinamento dei servizi turistici e logistici dell'evento,



a vantaggio però di un ruolo più marcato nella consulenza, affiancamento e supporto negli aspetti relativi alla produzione dell'evento. Produzione di business plan, partenariato e joint venture con l'ente promotore, gestioni finanziarie e amministrative, gestione delle sponsorizzazioni, delle esposizioni, espletamento delle pratiche burocratiche legate soprattutto alle certificazioni, servizi di supporto all'editoria, ne sono solo un esempio.



L'associazione auto-determina le proprie scelte logistico-organizzative

Costituiscono infatti ormai la maggioranza dei casi, e la tendenza è in costante aumento, le situazioni in cui è il cliente stesso, attraverso i propri organi (presidenza, segreteria, delegati, comitati, etc.) e con apposite procedure, ad

occuparsi direttamente degli aspetti logistico-progettuale dell'evento: dalla scelta della destinazione, delle location, degli hotel, alla contrattazione con i fornitori.

A favorire questa tendenza hanno contribuito in modo determinante:

- il meccanismo delle candidature che, come vedremo in seguito, sta cambiando profondamente questo mercato;
- una maggior facilità di accesso alle informazioni grazie al web;
- l'attività di supporto e affiancamento del promotore nella fase decisionale e progettuale dei Convention Bureau e delle aggregazioni territoriali, in grado di proporre la soluzione ideale, già

confezionata in modo personalizzato alle caratteristiche dell'evento e alle esigenze dell'organizzatore;

- nuovi sistemi di gestione che semplificano le procedure e che permettono ridurre considerevolmente i fattori di rischio sia per l'organizzatore che per gli alberghi e le strutture ricettive.

Le segreterie congressuali, servizio che è sempre stato di tradizionale appannaggio del PCO, è oggi sempre più spesso affidato al DMC locale o al Convention Bureau o alle strutture che ospitano l'evento, quali il Centro Congressi e gli stessi alberghi congressuali che si propongono per svolgerlo anche come forma di monitoraggio e controllo diretto sulla gestione degli allotment.

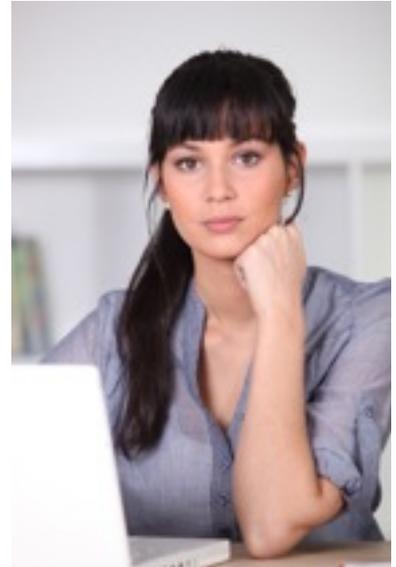
Sempre più sono i casi in cui il servizio viene svolto direttamente dall'associazione stessa che, grazie alle moderne tecnologie, riesce oggi a gestire in totale autonomia.

Una tendenza questa che sino a pochi anni fa si poteva riscontrare solo in alcune associazioni ben strutturate e particolarmente attive nell'organizzazione di eventi, mentre oggi si riscontra frequentemente anche in quelle più piccole o con un'attività organizzativa più contenuta.

Molte delle funzioni attribuite tradizionalmente al PCO si stanno così progressivamente trasferendo o all'associazione stessa oppure ad altre figure tra cui i DMC che da referenti per l'organizzazione e il coordinamento dei servizi del territorio stanno assumendo un ruolo strategico più centrale, erogando anche servizi di natura organizzativa e tecnico-professionale.

In molte località, soprattutto quelle di piccole dimensioni, il DMC va spesso assumendo anche il ruolo di "facente funzioni" del Convention Bureau, diventando sostanzialmente il braccio operativo e organizzativo dei vari operatori ed enti della località, interessati a sviluppare questo mercato.

Vi sono però anche situazioni inverse, in cui è il locale Convention Bureau che, per espresso mandato dei propri membri, svolge l'attività



di DMC, talvolta attraverso un proprio service esterno appositamente costituito.

Nella maggior parte dei casi invece le due figure, quella del Convention Bureau e dei DMC, sono complementari.

La prima svolge un ruolo di procacciamento e affiancamento del cliente nella fase propositiva, di acquisizione e progettuale che, successivamente alla fase contrattuale, si va progressivamente riducendo fino a limitarsi ad una sorta di controllo qualità.

La seconda, il DMC, inizia il proprio lavoro partendo dalla fase contrattuale sino alla completa realizzazione dei servizi richiesti per l'evento.

Dalle interviste effettuate appare evidente come sia proprio il sistema di interazione tra Convention Bureau e DMC, unitamente alla tendenza delle associazioni a voler individuare e scegliere in autonomia destinazioni e location, ad aver indotto nel tempo alla progressiva emarginazione del PCO da tali compiti.

Lo sviluppo del potenziale progettuale del comparto



Un non trascurabile aspetto che sta fornendo una spinta propulsiva a questo mercato è legato proprio al modificarsi della sua filiera che, soprattutto nei contesti più organizzati e strutturati, sta creando le condizioni affinché, a fianco delle programmazioni consolidate, si possa esprimere anche il potenziale progettuale che finora è rimasto inesperto proprio per la mancanza di contesti e supporti adeguati.

Mi riferisco a tutti quegli eventi a forte indotto economico, la cui realizzazione è subordinata a una cooperazione tra l'ente promotore e la destinazione o struttura ospitante.



E' infatti, grazie alla sopravvenuta semplificazione delle procedure organizzativo-progettuali unitamente ai nuovi sistemi di contenimento dei rischi e alla maggiore condivisione e interazione tra le varie parti coinvolte dal processo organizzativo, si creano i presupposti necessari affinché questa componente sommersa del mercato potesse iniziare ad esprimersi.

L'incremento del fatturato e la diminuzione della domanda

A fronte dell'incremento del comparto corrisponde però una progressiva diminuzione di domanda. In altre parole, gli operatori, le strutture ricettive in genere ricevono sempre meno richieste da parte dei clienti.

Un aspetto apparentemente così contraddittorio indica invece la tendenza più

caratterizzante e strategicamente più importante di questo mercato: la domanda viene sempre più spesso intercettata dall'offerta prima che riesca a definirsi e manifestarsi al mercato.

La motivazione di tale fenomeno è nel sistema che sino a pochi anni fa riguardava esclusivamente i grandi eventi internazionali, per acquisire i quali, alcuni tra i più organizzati e strutturati Convention Bureau si proponevano ai promotori per ospitare la prima edizione in programma, per la quale non era ancora stata decisa località e sede di svolgimento.

Oggi questo sistema sta diventato l'attività principale di tutti i Convention Bureau e una delle attività promo-commerciali di un crescente numero di network di alberghi e operatori per l'acquisizione non solo dei grandi eventi, ma di tutte le tipologie di eventi di interesse, anche i più piccoli.

A questo riguardo è interessante rilevare come vi sia un numero crescente di aggregazioni di strutture di diverse località e paesi che cercano di acquisire più edizioni di un determinato evento da far circuitare tra le strutture aderenti, utilizzando modalità che per eventi che rivestono particolare interesse, possono essere anche molto aggressive.





Conclusioni

Le tendenze che oggi stanno progressivamente stravolgendo lo scacchiere della filiera associativo-congressuale avevano già iniziato a manifestarsi timidamente nel 2008.

Sicuramente le varie crisi internazionali succedutesi in questi anni e le conseguenti esigenze di riposizionamento hanno via via dato impulso e accelerazione a questo processo di cambiamento che oggi ci pone davanti ad uno scenario nuovo, ben diverso da quello che si prospettava anche solo qualche anno fa.

Oggi il mercato associativo-congressuale è in grado di offrire nuove e interessanti opportunità confortate da solide garanzie di crescita che tutti gli indicatori danno almeno fino al 2020.

