

# OSSERVATORIO ITALIANO dei Congressi e degli Eventi

## RAPPORTO 2015

SINTESI



OICE è un progetto di ricerca  
promosso da:



e realizzato da:

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore



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



e realizzato da:



**Gruppo di Lavoro ASERI - Università Cattolica**

Roberto Nelli  
Paola Bensi  
Alessandra Carminati

**Gruppo di Lavoro Federcongressi&eventi**

Alan Pini - *Friends Interactive, Coordinatore*  
Gabiella Gentile - *Meeting Consultants*  
Gabiella Ghigi - *Meeting Consultants*

**Supporto operativo**

*Segreteria Federcongressi&eventi*

***Federcongressi&eventi ringrazia per la collaborazione***

Meeting e Congressi

Agenzia In Liguria  
APT Emilia Romagna  
Camera di Commercio Monza e Brianza  
Genova Convention Bureau  
Meeting Planner - Bari  
Regione Lombardia  
Sicilia Convention Bureau  
Sviluppo Piemonte Turismo  
Toscana Promozione  
Turismo Friuli Venezia Giulia  
Valle d'Aosta Convention Bureau

Con questa seconda edizione dell'**Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi-OICE Federcongressi&eventi**, l'associazione nata nel 2004 per rappresentare gli operatori pubblici e privati della Meeting Industry italiana, conferma il proprio impegno nel voler compiere un'indagine periodica sull'andamento del settore.

L'obiettivo della ricerca è duplice: fornire agli operatori uno strumento sempre attuale per pianificare efficaci azioni di promozione e marketing grazie anche alla possibilità di approfondimenti locali e territoriali dello studio e stimolare l'attenzione delle istituzioni e degli stakeholder. Il comparto industriale dei congressi e degli eventi stenta infatti a ricevere il giusto riconoscimento nonostante sia strategico per l'economia del Paese: i congressi e gli eventi hanno il merito non solo di stagionalizzare i flussi turistici ma, soprattutto, di portare indotto nelle destinazioni che li ospitano, aumentandone anche visibilità e reputazione.

Come nel 2015, lo studio è stato condotto da ASERI, Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, monitorando tutti i tipi di convegni ed eventi organizzati nel corso dell'anno: congressi, convention, incentive, lanci di prodotto e meeting promossi da associazioni, aziende, partiti, sindacati ed enti di tutti i generi. Il numero e la durata degli eventi, la tipologia dei committenti, la provenienza dei partecipanti, il ruolo delle agenzie, gli investimenti compiuti e le previsioni di fatturato sono stati ricavati dai questionari online inviati ai responsabili di centri congressi, centri fieristici, alberghi, dimore storiche, sedi istituzionali e non convenzionali.

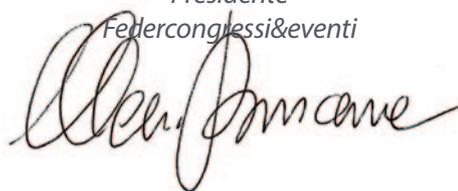
Il quadro che emerge dal rapporto è positivo e, confrontato con quello dello scorso anno, non lascia dubbi sul fatto che il nostro settore stia vivendo un trend in crescita. Nel 2015 in Italia sono stati complessivamente realizzati più di 390mila eventi con un minimo di 10 partecipanti ciascuno (+11,5% rispetto al 2014), per un totale di quasi 26milioni di partecipanti (+7,3%). Nonostante permangano elementi di criticità quali la frammentazione dell'offerta e un potenziale non ancora completamente espresso dalle regioni del Sud a causa di carenze infrastrutturali, l'appeal del Paese come destinazione per congressi ed eventi è in salita. Tante le ragioni che determinano questa tendenza: la generale ripresa economica, gli investimenti compiuti dagli operatori e dalle destinazioni e la piena presa di attività del Convention Bureau Italia, l'organismo privato costituito due anni fa da Federcongressi&eventi con Confesercenti-Assoturismo, Confturismo-Confcommercio, Federalberghi e Federturismo-Confindustria per promuovere l'Italia soprattutto nei mercati internazionali.

Come ogni progetto, anche l'Osservatorio dei Congressi e degli Eventi è il risultato di un impegno corale. I miei più sentiti ringraziamenti vanno a Roberto Nelli e Paola Bensi dell'Università Cattolica del Sacro Cuore per il considerevole impegno con il quale hanno svolto un lavoro di grande qualità e alla casa editrice Ediman che ha offerto l'utilizzo della propria banca dati. Un grazie speciale è però per i nostri Soci Alan Pini, Gabriella Gentile e Gabriella Ghigi, sempre pronti a dedicare il loro tempo al bene dell'Associazione e a gettare il cuore oltre l'ostacolo.

Mario Buscema

Presidente

Federcongressi&eventi





## IL MERCATO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI IN ITALIA NEL 2015

---

Il settore dei congressi e degli eventi rappresenta un importante comparto produttivo dell'economia italiana, che negli ultimi anni ha compensato le flessioni della domanda nei segmenti maturi dell'offerta turistica, contribuendo in misura significativa allo sviluppo delle economie locali.

Nonostante il generale consenso sui benefici culturali, sociali ed economici che il settore esercita sulla destinazione ospitante, è mancata negli ultimi anni in Italia una rilevazione statistica delle attività svolte dai diversi operatori.

Per questo motivo *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 – in assenza di iniziative istituzionali, ha promosso l'*Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi*, progetto di ricerca realizzato da *ASERI-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, giunto quest'anno alla sua seconda edizione.

Scopo del progetto di ricerca è il monitoraggio continuativo di tutti i tipi di eventi organizzati in Italia (congressi di associazioni, convention, incentive, lanci di prodotto e riunioni varie promosse da aziende, da partiti, sindacati ed enti 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.

## SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

---

La rilevazione effettuata con riferimento all'attività svolta nel 2015 presso le diverse tipologie di sedi presenti sul territorio nazionale, per un totale di **5.704 sedi** contattate, ha consentito di giungere a effettuare una stima del mercato dei congressi e degli eventi rispetto sia alle quattro aree geografiche nelle quali viene usualmente suddivisa l'Italia, sia alle diverse tipologie di sedi che offrono gli spazi e i servizi per realizzare gli eventi stessi.

Dalla ricerca è emerso che nel 2015 in Italia sono stati complessivamente realizzati **392.658 eventi** con un minimo di 10 partecipanti ciascuno (+11,5% rispetto al 2014), per un totale di **25.997.260 partecipanti** (+7,3%) – mediamente **66 persone per evento** con una lieve flessione rispetto al 2014 (-3,8%) – e **35.155.453 presenze** (+15,0%).

La durata media degli eventi è risultata pari a **1,35 giorni** (1,23 nel 2014), senza differenze significative per area geografica. Gli eventi della durata superiore a un giorno sono stati circa un terzo del totale e hanno registrato circa 11.800.000 partecipanti, mediamente pari a 92 persone per evento, e circa 25.000.000 presenze sul territorio.

**392.658**  
EVENTI REALIZZATI (+11,5%)

**25.997.260**  
PARTECIPANTI (+7,3%)

**35.155.453**  
PRESENZE (+15,0%)

## L'ANALISI DELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI CLIENTI

---

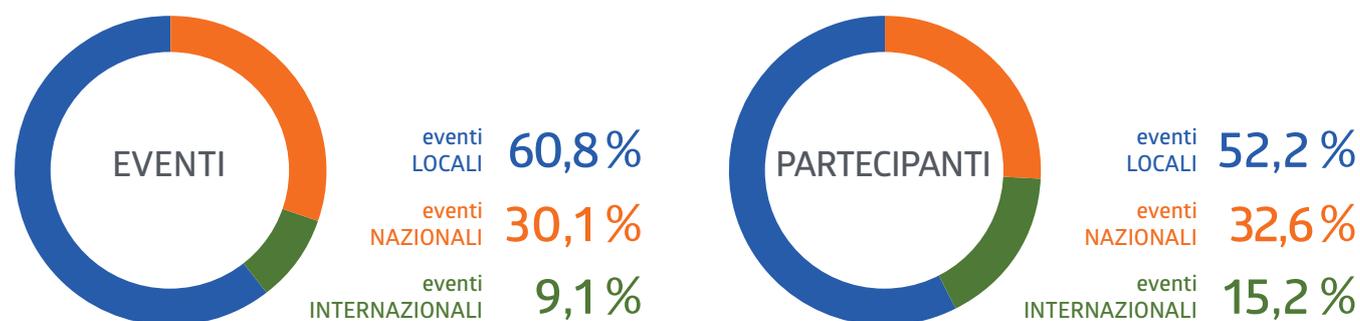
La natura degli eventi ospitati è stata approfondita facendo riferimento ai dati forniti dalle sedi che hanno partecipato alla ricerca compilando in modo completo il questionario utilizzato per la rilevazione dei dati.

Dall'analisi emerge che il 60,8% del totale degli eventi ospitati in Italia nel 2015 (e il 52,2% dei partecipanti complessivi) ha avuto un ambito di riferimento **locale**, ovvero con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente dalla stessa regione dove è ubicata la sede congressuale; il 30,1% degli eventi (e il 32,6% dei partecipanti totali) ha avuto un orizzonte **nazionale**, ossia con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente da fuori regione; il 9,1% degli eventi (e il 15,2% dei partecipanti totali) è risultato classificabile come **internazionale**, avendo partecipanti provenienti in numero significativo dall'estero.

Inoltre, gli eventi promossi da associazioni, aziende e istituzioni hanno rappresentato nel loro insieme l'87,2% degli eventi totali, mentre è apparsa residuale la percentuale degli eventi culturali (5,7%) e degli altri eventi (7,1%). Considerando come totale il numero di eventi sui quali si focalizza maggiormente il settore (escludendo cioè gli eventi culturali e gli altri eventi) ed esaminando la natura dell'ente promotore risulta che:

- gli eventi promossi da **associazioni** hanno rappresentato complessivamente il 34,8% degli eventi, il 41,7% dei partecipanti totali e il 39,5% delle presenze;
- gli eventi promossi da **aziende** hanno concentrato il 55,4% degli eventi svoltisi in Italia, il 47% dei partecipanti e il 49,3% delle presenze;
- gli eventi promossi da **enti e istituzioni** di tipo governativo, politico, sindacale e sociale hanno costituito il 9,8% degli eventi totali, l'11,3% dei partecipanti e l'11,2% delle presenze.

## Gli eventi e i partecipanti a seconda della provenienza geografica dei PARTECIPANTI



## Gli eventi e i partecipanti a seconda della tipologia di CLIENTE (esclusi eventi culturali e altri eventi)



## L'ANALISI PER AREA GEOGRAFICA

Dei **392.658 eventi** rilevati in Italia il 56,1% si è svolto al Nord che ha registrato un incremento del 13,7% rispetto al 2014, il 27,4% al Centro (+8,7% rispetto al 2014) e il 16,5% nel Sud e nelle Isole (+8,9%).

Con riferimento ai **25.997.260 partecipanti**, il Nord con il 59,1% registra la percentuale maggiore (+5,7% rispetto al 2014), seguito dal Centro che ha concentrato il 29,3% dei partecipanti totali (+9,4%), mentre il Sud e le Isole hanno ospitato l'11,6% dei partecipanti totali (+10,2%), contraddistinguendosi per un numero medio di partecipanti per evento (pari a 46) inferiore alla media nazionale.

La **durata complessiva** degli eventi è stata su tutto il territorio nazionale pari a **531.426 giornate**, di cui il 54,6% nel Nord (+24,2% rispetto al 2014), il 27,7% nel Centro (+17,8%) e il 17,7% nel Sud e nelle Isole (+27,1%).

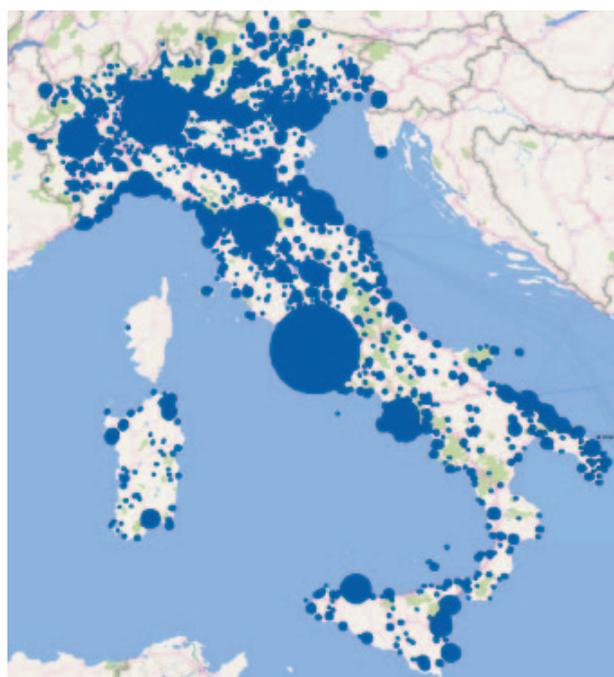
Le **35.155.453 presenze** rilevate in Italia sono distribuite per il 57,8% nel Nord (+13,4% rispetto al 2014), per il 29,7% nel Centro (+14,7%) e per il 12,5% nel Sud e nelle Isole (+23,9%).

### Il numero di eventi, partecipanti, giornate e presenze registrati in Italia nel 2015 per AREA GEOGRAFICA

	Eventi		Partecipanti		Giornate		Presenze	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Nord	220.281	56,1 %	15.368.826	59,1 %	290.343	54,6 %	20.307.767	57,8 %
Centro	107.588	27,4 %	7.612.865	29,3 %	146.935	27,7 %	10.433.247	29,7 %
Sud	40.836	10,4 %	1.984.458	7,6 %	62.410	11,7 %	3.043.389	8,6 %
Isole	23.952	6,1 %	1.031.111	4,0 %	31.738	6,0 %	1.371.050	3,9 %
<b>Totale</b>	<b>392.658</b>	<b>100,0 %</b>	<b>25.997.260</b>	<b>100,0%</b>	<b>531.426</b>	<b>100,0%</b>	<b>35.155.453</b>	<b>100,0%</b>

Con riferimento alla **distribuzione delle sedi sul territorio nazionale** è possibile rilevare che la metà delle sedi è dislocata al Nord (il 52,8%), il 25,9% al Centro, il 13,2% al Sud e l'8,1% nelle Isole.

La presenza di sedi per eventi sul territorio appare particolarmente frammentata; infatti, dei 1.975 comuni italiani rilevati, che dispongono di almeno una struttura per congressi o eventi, il 59% presenta un'unica sede, il 18,2% due sedi, il 12,3% 3 o 4 sedi, il 6,7% da 5 a 9 sedi e solo il 3,8% almeno 10 sedi. A fronte di tale frammentazione, tuttavia, si riscontrano 21 città con almeno 20 sedi che, pur rappresentando solo l'1% del totale delle città considerate, concentrano ben il 25,4% delle sedi italiane. Tra queste solo tre dispongono di più di 100 sedi: Roma con 400 sedi (pari al 7% del totale), Milano con 220 sedi (3,9%) e Firenze con 108 sedi (1,9%).



 La distribuzione delle sedi sul territorio italiano

## L'ANALISI PER TIPOLOGIA DI SEDE

In Italia l'attività dei congressi e degli eventi presenta differenze significative a seconda sia della capacità massima complessiva delle sedi – tanto che le strutture con una capacità complessiva di almeno 500 posti (che rappresentano il 23,2% del totale delle sedi considerate) hanno concentrato oltre il 60% dei partecipanti rilevati in Italia nel 2015 –, sia della tipologia di sede nella quale sono stati ospitati gli eventi.

Gli **alberghi congressuali**, che rappresentano il 70,9% di tutte le sedi analizzate, concentrano nel loro insieme la maggior parte degli eventi (il 79,8% del totale), pur realizzando una percentuale non altrettanto elevata di partecipanti (il 58,6%) e di presenze (58,9%). Con riferimento alla provenienza geografica dei partecipanti, gli alberghi totalizzano il 16,2% dei propri partecipanti negli eventi di tipo internazionale; rispetto, inoltre, alla categoria di clienti rappresentano la tipologia di sede in cui gli eventi promossi da aziende costituiscono la più alta percentuale sul totale degli eventi ospitati. Dal punto di vista strutturale tali sedi presentano una capacità piuttosto ridotta: infatti, considerando l'insieme delle sale utilizzabili per meeting, il 7,3% dispone di meno di 50 posti, il 20,8% tra 50 e 99 posti e il 34,5% tra 100 e 249 posti.

### ALBERGHI CONGRESSUALI

I **centri congressi**, che rappresentano l'1,5% delle sedi analizzate, hanno realizzato il più elevato numero medio di eventi per sede (144) venendo a rappresentare rispetto al totale a livello nazionale il 3,2% del numero di eventi, il 9,6% dei partecipanti e il 9,8% delle presenze totali. Nei centri congressi gli eventi associativi costituiscono il 53,1% degli eventi e il 51,8% dei partecipanti totali (escludendo gli eventi culturali e gli altri eventi). Dal punto di vista strutturale presentano mediamente per sede una capacità complessiva di 1.492 posti e una capacità della sala più grande di 639 posti; inoltre, rispetto alle altre tipologie di sedi, si caratterizzano per il maggior numero medio di sale (9,1 spazi per sede).

### CENTRI CONGRESSI

Le **sedi fieristico congressuali**, che rappresentano lo 0,8% delle sedi analizzate, hanno ospitato lo 0,4% degli eventi totali e, grazie a un valore particolarmente elevato di partecipanti medi per evento (677), il 4,3% dei partecipanti e il 4,2% delle presenze totali. La provenienza dei partecipanti ospitati dalle sedi fieristico congressuali risulta di tipo nazionale nel 32% dei casi ed estera nel 27,4% dei casi.

### SEDI FIERISTICO CONGRESSUALI

Le sedi fieristico congressuali si concentrano nel 71,7% dei casi al Nord, con la Lombardia che ne detiene il 21,7%; seguono l'Emilia Romagna con il 19,6% e il Veneto con il 15,2%. Tali sedi si caratterizzano per la maggiore capacità complessiva (in media 5.036 posti per sede).

Le **dimore storiche non alberghiere** (abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.) – che rappresentano il 9,1% delle sedi considerate e sono presenti soprattutto in Lombardia (nel 28,4% dei casi), nel Lazio (13,7%), in Veneto (10,4%) e in Toscana (9,7%) – hanno ospitato il 3,2% degli eventi, il 3,3% dei partecipanti e delle presenze totali.

## DIMORE STORICHE

Le **altre sedi** (sedi istituzionali, spazi non convenzionali, arene e centri sportivi, teatri, cinema e auditori), che rappresentano il 17,7% delle sedi considerate, hanno ospitato il 13,4% degli eventi, il 24,2% dei partecipanti e il 23,8% delle presenze.

Al loro interno i risultati migliori sono stati ottenuti dalle **sedi istituzionali e dagli altri spazi per eventi** (edifici pubblici, centri culturali, sedi universitarie, sedi camerali, centri studi, accademie, musei, sale di istituti ospedalieri, ecc.), che costituiscono il 7,4% del totale delle strutture esaminate e che hanno ospitato il 6,4% degli eventi totali, il 9,7% dei partecipanti e il 9,8% delle presenze nazionali. L'attività di tali sedi sembra essere concentrata sugli eventi locali, che realizzano il 76,7% del numero totale di partecipanti ospitati, e sugli eventi promossi da associazioni su cui concentrano ben il 65% dei partecipanti. Dal punto di vista strutturale tali sedi, dislocate nel 79,5% dei casi al Nord, possono ospitare fino a 99 persone nel 14,2% dei casi e tra 100 e 249 persone nel 36,6% dei casi.

## SEDI ISTITUZIONALI E ALTRI SPAZI

Gli **spazi non convenzionali** (sedi aziendali, parchi divertimenti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc.), che rappresentano il 6,7% delle sedi considerate, hanno realizzato il 5,3% degli eventi e il 7,4% dei partecipanti; queste sedi concentrano più delle altre la propria attività sugli eventi promossi da enti e istituzioni (25% dei partecipanti).

## SPAZI NON CONVENZIONALI

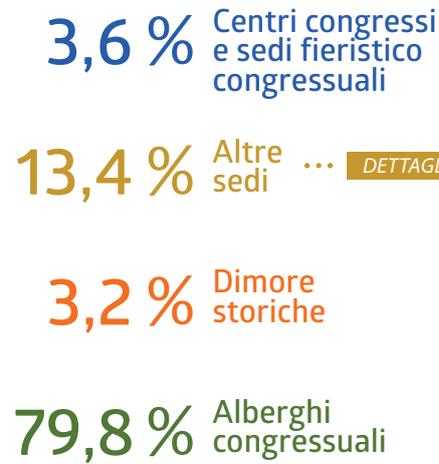
Le **arene e i centri sportivi**, che rappresentano lo 0,7% delle sedi analizzate, hanno ospitato lo 0,3% degli eventi e il 3,4% dei partecipanti totali, grazie a un valore dei partecipanti medi per evento (843) che risulta essere il più elevato tra le diverse tipologie di sedi considerate. Dal punto di vista strutturale le arene, collocate nel 75,6% dei casi nel Nord, si distinguono per una capacità massima molto elevata, con un 12,2% che può offrire in totale più di 10.000 posti.

## ARENE CENTRI SPORTIVI

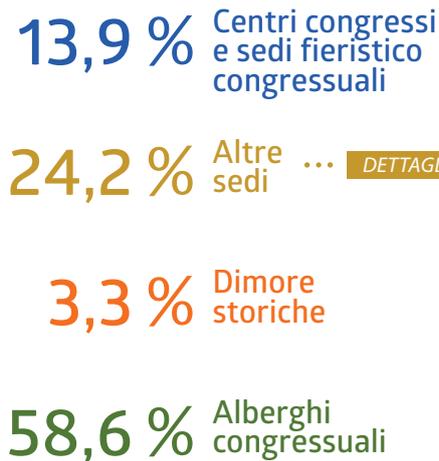
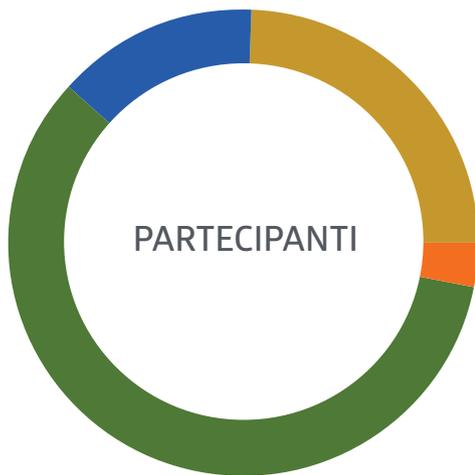
Infine, i **teatri, cinema e auditori**, che rappresentano il 2,8% delle sedi analizzate e si collocano nel 79,9% dei casi al Nord, hanno ospitato l'1,4% degli eventi, il 3,7% dei partecipanti e il 4,2% delle presenze totali. Dal punto di vista strutturale i teatri, cinema e auditori si caratterizzano per il minor numero medio di sale per sede, pari a 2.

## TEATRI, CINEMA AUDITORI

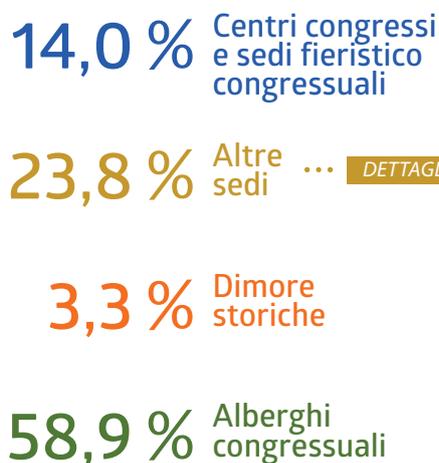
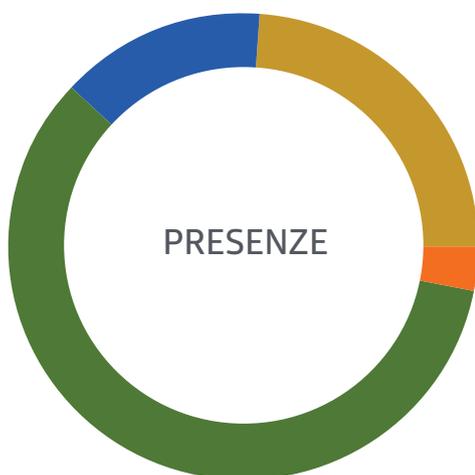
## Gli EVENTI per tipologia di sede



## I PARTECIPANTI per tipologia di sede



## Le PRESENZE per tipologia di sede

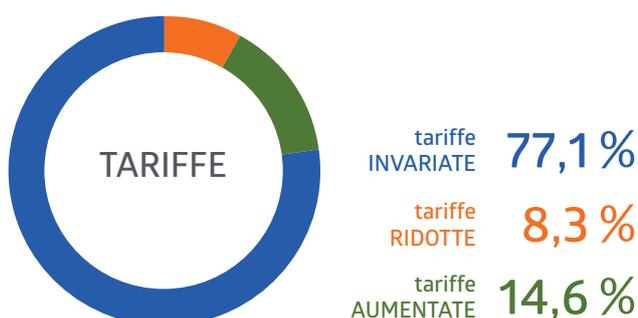


## TARIFFE E PREVISIONI DI FATTURATO

La maggior parte delle sedi rispondenti (ben il 77,1%) ha dichiarato di non aver modificato nel 2016 le proprie **tariffe** rispetto al 2015. Pur non esistendo differenze statisticamente significative in base alla tipologia di sede si può rilevare come gli alberghi che hanno partecipato alla ricerca, così come le sedi fieristico congressuali, abbiano aumentato le proprie tariffe nel 20% dei casi, mentre i centri congressi le hanno mantenute invariate nel 90,6% dei casi.

Con riferimento al **fatturato** previsto per il 2016, le sedi rispondenti hanno espresso in quasi la metà dei casi (44,7%) ottimismo circa una probabile crescita, mentre il 42,8% ritiene che rimarrà invariato. In particolare, le sedi fieristico congressuali hanno indicato in ben il 60% dei casi un probabile aumento di fatturato; i teatri, cinema e auditori hanno previsto un fatturato invariato nel 68,4% dei casi e i centri congressi nel 54,8% dei casi, mentre gli spazi non convenzionali, le sedi istituzionali e le altre sedi per eventi hanno stimato una possibile diminuzione di fatturato rispettivamente nel 25% e 19,7% dei casi.

### Le POLITICHE TARIFFARIE del 2016 rispetto al 2015



### L'ANDAMENTO DEL FATTURATO nel 2016 rispetto al 2015



## IL NUMERO DI ADDETTI

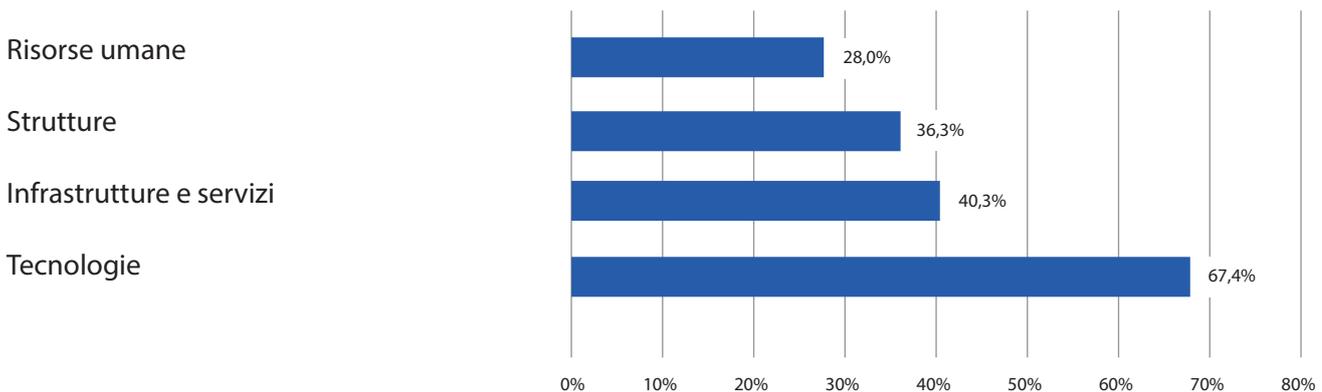
Nel 2015 le sedi rispondenti hanno impiegato mediamente in modo non occasionale 2,6 addetti dedicati specificamente all'attività dei congressi e degli eventi, senza differenze per area geografica; il 12,1% delle sedi non si avvale di personale specifico, mentre nella metà dei casi vengono impiegate 1 o 2 persone e solo nel 5,3% più di 5.

Il numero medio di addetti differisce significativamente in base sia alle tipologie di struttura, sia alle capacità complessive massime. A fronte dei centri congressi e delle sedi fieristico congressuali, che impiegano mediamente tra le 6 e le 7 persone, le altre strutture in media non superano le 2 persone. Al crescere della dimensione complessiva delle sedi aumenta progressivamente il numero di addetti, passando dai 2 addetti nelle strutture con una capacità massima tra i 100 e 249 posti ai 4 addetti nelle sedi da 1.000 a 2.499 posti, fino a più di 10 addetti nelle sedi che possono ospitare oltre 5.000 persone.

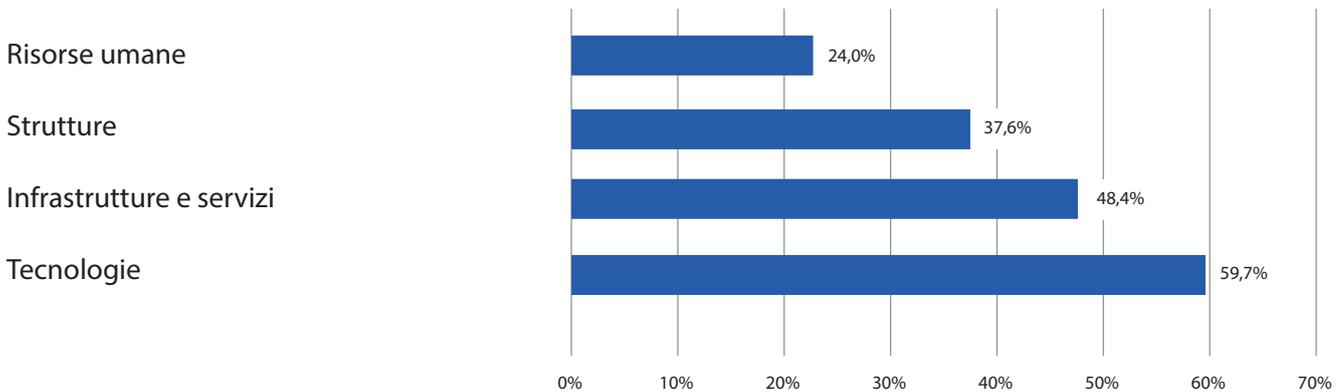
## GLI INVESTIMENTI REALIZZATI O IN PROGRAMMA

Nel 2015 il 40% delle sedi rispondenti non ha effettuato alcun tipo di investimento; il restante 60% ha investito soprattutto in tecnologie (nel 67,4% dei casi), in infrastrutture e servizi (40,3%), in strutture (36,3%) e in risorse umane (28%). Per il 2016 ha in programma di effettuare investimenti il 56,8% delle sedi: il 59,7% di queste investirà in tecnologie, il 48,4% in infrastrutture e servizi, il 37,6% in strutture e il 24% in risorse umane.

### Gli INVESTIMENTI REALIZZATI nel 2015 (risposte multiple)



### Gli INVESTIMENTI IN PROGRAMMA nel 2016 (risposte multiple)



## GLI EVENTI CONTRATTUALIZZATI DALLE AGENZIE

In media il 27,2% degli eventi ospitati nel 2015 dalle sedi rispondenti è stato contrattualizzato da un'agenzia, con differenze statisticamente significative per tipologia di sede: il ricorso a un'agenzia risulta infatti maggiore presso gli spazi non convenzionali (nei quali ha riguardato il 36,1% degli eventi) e negli alberghi congressuali (33,8%), mentre risulta inferiore con riferimento alle dimore storiche (18,4%) e ai centri congressi e fieristico congressuali (17,7%).

## NOTA METODOLOGICA

---

La raccolta dei dati è avvenuta nel periodo dall'1 marzo 2016 al 10 maggio 2016 e si è avvalsa di un questionario distribuito online a 5.704 sedi operanti in Italia nel settore dei congressi e degli eventi.

Alla ricerca hanno partecipato 513 sedi, pari al 9% di quelle contattate. 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 4%.

La rilevazione condotta nel corso del 2016, che ha identificato i dati di struttura (numero di sale, capacità della sala maggiore e capacità massima totale) per il 96,4% delle sedi dell'universo considerato, ha consentito di rivedere le stime relative al 2014, effettuate sulla base della conoscenza della struttura del 25,4% delle sedi, riducendo in tal modo l'errore statistico massimo ammesso nella precedente rilevazione; tale circostanza ha permesso di calcolare con maggiore affidabilità le variazioni percentuali anno su anno delle principali variabili stimate.

# QUESTIONARIO RILEVAZIONE DATI - ANNO 2015

## 1. DATI SULLA STRUTTURA

### 1.1. Tipologia di sede (\*)

- Centro congressi (*edificio adibito a ospitare congressi ed altri eventi*)
- Sede congressuale fieristica (*centro congressi interno a quartiere fieristico*)
- Albergo congressuale (*alberghi con sale meeting interne*)
- Dimora storica non alberghiera (*abbazie, castelli, antiche locande e casali, palazzi storici, ville, ecc.*)
- Sede istituzionale/altri spazi (*edifici pubblici, centri culturali, sedi universitarie, sedi camerali, centri studi, accademie, musei, sale di istituti ospedalieri, ecc.*)
- Spazio non convenzionale (*sedi aziendali, parchi divertimenti, ristoranti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc.*)
- Arena/centro sportivo
- Teatro/cinema/auditorium

### 1.2. Periodo di apertura (\*)

- Annuale
- Stagionale

se la struttura non è aperta tutto l'anno indicare il numero totale di giorni di apertura

### 1.3. Capacità della struttura (\*)

Capacità complessiva massima (*somma dei posti a sedere di ciascuna sala*)

Numero dei posti della sala più grande (*configurazione a teatro*) Numero complessivo di sale (*inclusa la sala più grande*)

Solo per gli alberghi congressuali:

N. camere

Categoria dell'albergo

### 1.4. Risorse umane (\*)

Numero di addetti dedicati non occasionalmente all'attività congressuale (*in tutte le aree*)

### 1.5. Investimenti dedicati (\*)

Nel 2015 sono stati realizzati investimenti a favore dell'attività congressuale in uno o più dei seguenti ambiti?

- strutture
- infrastrutture/servizi
- tecnologie
- risorse umane
- nessun investimento realizzato

## 2. DATI SULL'ATTIVITA' DELLA STRUTTURA NEL 2015

### 2.1. Nel 2015 avete ospitato una o più delle seguenti tipologie di eventi? (\*) (sono possibili più risposte)

- Congressi ed eventi promossi da associazioni (tutte le associazioni inclusi ordini professionali, associazioni sportive e di volontariato)
- Convention e altri eventi promossi da aziende (tutti i tipi di organizzazioni a fini di lucro come industrie, banche, assicurazioni, consorzi, cooperative, ecc.)
- Convegni e altri eventi promossi da enti e istituzioni di tipo governativo, politico, sindacale, sociale (enti e istituzioni non a fini di lucro come per esempio governo, regioni, province, comuni, camere di commercio, partiti, sindacati, ecc.)
- Mostre ed esposizioni escluse le fiere
- Eventi culturali (concerti, spettacoli, ecc.)
- Altri tipi di eventi, esclusi gli eventi privati (matrimoni, cresime, comunioni, ecc.)
- Non abbiamo ospitato nessuna tipologia di evento

### 2.2. Numero totale di eventi ospitati nel 2015

Qual è il numero totale di eventi ospitati nel 2015? (\*)

(Per evento si intende un incontro svolto da un minimo di 10 partecipanti per almeno 4 ore allo scopo di condividere idee e conoscenze, condurre affari o socializzare.)

di cui:

Numero di eventi locali (con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente dalla stessa regione dove è ubicata la sede congressuale)

Numero di eventi nazionali (con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente da fuori regione)

Numero di eventi internazionali (con un numero significativo di partecipanti provenienti dall'estero)

Tra gli eventi ospitati quanti sono stati contrattualizzati da un'agenzia?

### 2.3. Numero totale di partecipanti agli eventi ospitati nel 2015

Qual è il totale di partecipanti agli eventi ospitati nel 2015? (\*)

di cui:

Numero di partecipanti a eventi locali

Numero di partecipanti a eventi nazionali Numero di partecipanti a eventi internazionali

### 2.4. Numero totale di giorni di durata effettiva degli eventi ospitati nel 2015 (\*)

Somma del numero di giorni di tutti gli eventi anche contemporanei. Gli eventi di mezza giornata vanno considerati della durata di 1 giorno. Il totale può essere maggiore di 365

### 2.5. Numero di eventi della durata di un solo giorno (eventi di almeno 4 ore che si sono conclusi nella stessa giornata) (\*)

### 2.6. Numero di partecipanti agli eventi della durata di un solo giorno (\*)

### 3. DATI SULL'ATTIVITA' DELLA STRUTTURA PER TIPOLOGIA DI EVENTO OSPITATO NEL 2015

#### 3.1. Congressi ed eventi promossi da associazioni (tutte le associazioni inclusi ordini professionali, associazioni sportive e di volontariato)

Numero totale di congressi ed eventi promossi da associazioni

Numero totale di partecipanti a congressi ed eventi promossi da associazioni

Numero totale di giorni di durata effettiva dei congressi ed eventi promossi da associazioni

#### 3.2. Convention e altri eventi promossi da aziende (tutti i tipi di organizzazioni a fini di lucro come industrie, banche, assicurazioni, consorzi, cooperative, ecc.)

Numero totale di convention e altri eventi

Numero totale di partecipanti

Numero totale di giorni di durata effettiva

#### 3.3. Convegni e altri eventi promossi da enti e istituzioni di tipo governativo, politico, sindacale, sociale (enti e istituzioni non a fini di lucro come per esempio governo, regioni, province, comuni, camere di commercio, partiti, sindacati, ecc.)

Numero totale di convegni ed eventi

Numero totale di partecipanti

Numero totale di giorni di durata effettiva

#### 3.4. Mostre ed esposizioni escluse le fiere (manifestazioni che includono anche convegni, ma prevale l'attività espositiva)

Numero totale di mostre ed esposizioni

Numero totale di partecipanti

Numero totale di giorni di durata effettiva

#### 3.5. Eventi culturali (concerti, spettacoli, ecc.)

Numero totale di eventi culturali

Numero totale di partecipanti

Numero totale di giorni di durata effettiva

#### 3.6. Altri tipi di eventi, esclusi gli eventi privati (matrimoni, cresime, comunioni, ecc.)

Numero totale di altri eventi

Numero totale di partecipanti

Numero totale di giorni di durata effettiva

#### 4. FATTURATO DEL 2015

##### Avete la possibilità di fornirci i dati relativi al fatturato congressuale del 2015?

- NO, non possiamo fornirli (*Proseguire con la Domanda 5.1*)
- SI, ma non sono ancora disponibili: ricontattateci per email nel mese di \_\_\_\_\_ (*Proseguire con la Domanda 5.1*)
- SI, possiamo fornirli subito (*Proseguire con la Domanda 4.1*)

##### 4.1. Fatturato complessivo ottenuto da congressi ed eventi nel 2015 (dati in migliaia di Euro)

Qual è il fatturato complessivo ottenuto da congressi ed eventi nel 2015?

di cui:

fatturato per noleggio sale ed altri spazi

fatturato per noleggio allestimenti e tecnologie

fatturato per catering

fatturato per altri servizi

fatturato per pernottamenti relativi a congressi ed eventi (*solo per le strutture congressuali alberghiere*)

#### 5. PREVISIONI PER IL 2016

##### 5.1. Nel 2016 come è cambiata la vostra politica tariffaria rispetto all'anno precedente?

tariffe aumentate

tariffe invariate

tariffe ridotte (*anche se per offerte promo-commerciali*)

##### 5.2. Per il 2016 quale variazione prevedete nel vostro fatturato rispetto al 2015?

fatturato in crescita

fatturato invariato

fatturato in diminuzione

##### 5.3. Investimenti dedicati

Avete in programma per il 2016 di realizzare investimenti a favore dell'attività congressuale in uno o più dei seguenti ambiti?

- strutture
- infrastrutture/servizi
- tecnologie
- risorse umane
- nessun investimento previsto



## FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA:

per il determinante supporto

### MEETING E CONGRESSI

Meeting e Congressi è la più autorevole e riconosciuta testata d'informazione della meeting e incentive industry italiana. Con rivista e sito web informa e aggiorna tutti i professionisti che organizzano eventi sui trend di mercato e sull'evoluzione dell'offerta di location, destinazioni e servizi.

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

meeting  
congressi

per il contributo



#### BOLOGNA CONGRESSI

Pionieri della Meeting Industry, 40 anni di esperienza e 3 sedi. Bologna Congressi con il prestigioso Polo Congressuale, è l'interlocutore unico in grado di offrire una consulenza a 360 gradi in ogni fase progettuale dell'evento. Un team dinamico e flessibile propone servizi di qualità, soluzioni creative su misura e tutti i servizi di accoglienza.

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



#### CENTRO CONGRESSI DI RIVA DEL GARDA

Il Centro Congressi di Riva del Garda è caratterizzato da una straordinaria vista sul lago, ha una superficie di 6.100 mq e grazie alla propria modularità è adatto ad ospitare qualsiasi tipo d'evento. 14 sale meeting, tra le quali una sala plenaria da 900 posti e un'area polivalente da 2.700 mq.

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



#### CENTRO CONGRESSI VERONAFIERE

Il Centro Congressi Veronafiere è una struttura funzionale e confortevole in grado di accogliere i più diversi eventi: dal congresso medico scientifico alla convention aziendale, dal concerto alla mostra convegno. Versatilità degli spazi, flessibilità e qualità nei servizi sono gli elementi fondamentali dell'offerta congressuale di Veronafiere: tanti spazi, città unica!

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



#### CWT MEETINGS & EVENTS

CWT Meetings & Events è la divisione di Carlson Wagonlit Travel specializzata nell'organizzazione di meeting ed eventi a tutto tondo. Presente in 68 Paesi del mondo, con 1.400 professionisti, e da oltre 40 anni in Italia, CWT M&E offre consulenza per organizzare eventi efficaci e a elevato ROI.

[www.cwt-meetings-events.com](http://www.cwt-meetings-events.com)



#### FIDENZA VILLAGE

Fidenza Village è la perfetta combinazione tra business e shopping esclusivo, in una nuova destinazione per eventi. A metà strada tra Milano e Bologna, consente di organizzare una giornata di business diversa in spazi dedicati, trasformandola in un momento indimenticabile tra oltre 100 boutique del Made in Italy e brand di lusso.

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

#### FIRENZE FIERA

##### CONGRESS & EXHIBITION CENTER

Spettacolarità, versatilità delle strutture e servizi tecnologici di ultima generazione sono le carte vincenti di Firenze Fiera - Congress & Exhibition Center. Ne fanno parte la Fortezza da Basso, il Palazzo dei Congressi e il Palazzo degli Affari, situati nel cuore vivo di Firenze, capitale europea della meeting & incentive industry.

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



#### HOLIDAY INN ROME EUR PARCO DEI MEDICI

Completamente ristrutturato, Holiday Inn Rome Eur Parco dei Medici si candida come perfetta location per meeting ed eventi con 317 camere completamente rinnovate, 18 sale meeting da 5 a 600 pax, ristorante, veranda, ampi spazi esterni, piscina, parcheggio, shuttle bus per FCO, centro storico e metro Eur Magliana.

[www.holidayinn.com/rome-parcoi](http://www.holidayinn.com/rome-parcoi)



#### PORTO ANTICO CENTRO CONGRESSI

Un evento al Centro Congressi del Porto Antico di Genova, sito negli storici Magazzini del Cotone, è una garanzia di successo. Una sede apprezzata dagli organizzatori nazionali ed internazionali, che trovano tutto quello che occorre per soddisfare le esigenze di congressi, convention e attività collaterali.

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



#### TECNOCONFERENCE - TC GROUP

Tecnoconference - TC Group è Partner in innovazione tecnologica e Servizio di qualità; un consulente specializzato al fianco di chi organizza eventi: dalla tecnologia a supporto della comunicazione, alla produzione web e multimediale, alle installazioni fisse e temporanee.

[www.tcgroup.it](http://www.tcgroup.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 allestendo desk gratuiti di informazione turistica durante l'evento.

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



**FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA:**

*per il determinante supporto*

meetinge  
congressi

*per il contributo*



MEETING IDEAS  
/// // // // //



Riva del Garda®  
Fierecongressi



CENTRO CONGRESSI  
VERONAFIERE  
the • conference • house

CWT  
Meetings&Events



**FEDERCONGRESSI&EVENTI**

P.le Konrad Adenauer, 8  
00144 Roma

Tel: 06 89.71.48.05 - Fax: 06 59.22.649

[federcongressi@federcongressi.it](mailto:federcongressi@federcongressi.it)

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