

Luglio 2006



## La Newsletter si rinnova

Si è svolto il 22 giugno il Consiglio Direttivo di Italcongressi. Le decisioni prese durante l'incontro hanno riguardato soprattutto le nuove iniziative di comunicazione da implementare nel prossimo futuro dell'associazione.

L'obiettivo che si vuole raggiungere è innanzi tutto quello di migliorare il posizionamento e il grado di notorietà del "marchio" Italcongressi, presso i principali Stakeholders. Ma condizione necessaria per raggiungere questo importante risultato è in primis quello di investire risorse sul fronte della comunicazione interna. La partecipazione attiva dei soci, lo stabilire un continuo flusso comunicativo, la condivisione di una comune mission sono le basi essenziali per la costruzione di un qualsiasi progetto soprattutto quando ciò che si vuole comunicare all'esterno è

relativo ad un cambiamento o riposizionamento d'immagine.

Prima novità quindi a riguardo è questa newsletter periodica con la quale verranno rese note non solo tutte le attività e le iniziative istituzionali intraprese da Italcongressi, ma sarà data anche ai Soci l'opportunità di dare notizia delle proprie attività di spicco. Sarà possibile infatti già dalla prossima newsletter inviare un breve resoconto degli eventi e dei congressi più importanti.

Le newsletters verranno poi inserite anche all'interno del nostro sito così da offrire un ulteriore alternativo spazio di visibilità per i soci e così da mostrare all'esterno che davvero Italcongressi è l'unica Associazione che rappresenta nella sua totalità la più qualificata offerta del settore congressuale.

### Cari Soci

nel mutato scenario economico, istituzionale che oggi si prospetta, la comunicazione diviene una risorsa strategica di fondamentale rilevanza anche per Associazioni di categoria come la nostra. ITALCONGRESSI, ha rilevato nel corso degli ultimi anni una significativa accelerazione in questa direzione dovuta non solo al dato oggettivo ed inconfutabile dell'importanza e del potere dell'informazione ma anche alla necessità di ridefinire delle strategie di marketing ad hoc, per affrontare in modo vincente un mercato sempre più competitivo e concorrenziale.

La globalizzazione dei mercati, il continuo avanzare della tecnologia hanno modificato l'assetto delle imprese e il loro modo di porsi sul mercato. Inevitabilmente, queste trasformazioni, hanno prodotto dei cambiamenti anche nelle Associazioni, il cui compito non è più quello soltanto di rappresentare le aziende presso le Istituzioni ma di aiutarle concretamente, fornendo loro servizi destinati alla promozione e alla creazione di nuovi business. La trasformazione dal "modello sindacale" a quello di "organizzazioni fornitrici di servizi" ha portato alla formazione di una nuova identità per le realtà associative e indubbiamente ad un modo diverso di relazionarsi con l'esterno e con i propri soci.

Da questo nuovo scenario costituitosi nasce l'idea di progettare un Piano di Comunicazione nella prospettiva di trasmettere all'esterno un'immagine coerente con la nuova identità senza superare la nostra storica e tradizionale mission, ma valorizzandola.

Il crescente e diffuso interesse da parte dei media e delle Istituzioni per il comparto del turismo sembrano prospettare concrete possibilità di sviluppo per il futuro. Cerchiamo di cogliere questa occasione agendo sinergicamente per il rilancio di un settore quale quello congressuale, che opportunamente valorizzato potrà essere trainante per il settore del turismo nella sua totalità e per l'economia in generale.

Cordialmente

Massimo Fabio

## Progetto CNEL per il turismo

Il Presidente Massimo Fabio partecipa all'audizione

Italcongressi/Federturismo, è stata invitata il 19.07.2006 al tavolo di audizione organizzato dal Consiglio Nazionale Economia Lavoro, insieme ad altre Associazioni di categoria del turismo, per elaborare la posizione del CNEL in materia e per proporre al Governo misure correttive sul piano politico ed amministrativo.

Il Presidente Massimo Fabio, intervenuto al tavolo dei lavori, ha esposto un'accurata analisi su tutti gli aspetti di criticità del settore del turismo congressuale, suggerendo misure correttive in tale ambito. Il processo di modernizzazione del sistema turistico italiano ha come punto focale il riconoscimento delle imprese turistiche esteso anche a quelle attività non tradizionali che proprio nell'evoluzione del mercato tra domanda e offerta si inseriscono a pieno titolo come elementi trainanti dell'economia nazionale. Il congressuale - ha detto il Dottor Fabio - è il segmento dell'industria dell'ospitalità a più elevato contenuto manageriale e tecnologico e può ulteriormente contribuire al modello di sviluppo di un turismo sostenibile e perfettamente in linea con le caratteristiche e le esigenze del nostro Paese:

- crescita in base ad un'offerta "di qualità", nel rispetto dei nostri valori culturali ed ambientali;
- sviluppo di un'offerta che valorizzi potenzialità e risorse collegabili alla "marca Italia" finora poco o affatto visibili sullo scenario internazionale, tale da assicurare una fruizione dei visitatori distribuita uniformemente sul territorio e livellata lungo le stagioni.

La valorizzazione di questo importante segmento necessita però ancora di attente politiche coordinate che contribuiscano a mantenere fermo il concetto di centralità dell'utente finale.

La Pubblica Amministrazione - ha aggiunto il Presidente Italcongressi - deve supportare questo settore con adeguati investimenti: quelli più strettamente connessi ai fattori materiali di organizzazione di un congresso come le infrastrutture e la tecnologia, sia quelli più immateriali come formazione e promozione, ma ancora di più può investire sul territorio, risolvendo problemi di viabilità e trasporti, di sicurezza e maggiore qualità di tutti i servizi offerti dalla destinazione.

Gli interventi ipotizzati dal Presidente Italcongressi riguardano la deducibilità dell'IVA, una necessaria stabilità dei prezzi al fine di pianificare con certezza progetti anche a livello internazionale nel lungo periodo, interventi legislativi che disciplinino il settore, nonché la creazione di una maggiore sinergia tra pubblico e privato al fine di fare sistema, dialogare e trovare soluzioni comuni poiché all'interno di un progetto di miglioramento qualitativo del territorio, tanto quanto l'impegno degli operatori, gioca un ruolo fondamentale la collaborazione degli enti pubblici. La grandezza e i notevoli vantaggi potranno giovare sì al comparto congressuale e turistico, in generale, ma anche a tutto il territorio.

### ALL'INTERNO:

Congressuale a tutto tondo in diretta tv	2
Da settembre novità sul sito Italcongressi	2
Ultime notizie da Federcongressi	2
Dicono di noi	2
Prossimi appuntamenti	2

### FOCUS: I Palacongressi - pg 3

Mettendo a confronto i dati dell'Osservatorio Congressuale Italiano 2004 e 2005 sono state analizzate le dinamiche dell'attività congressuale italiana nell'ultimo anno evidenziando un risultato positivo connesso al peso conseguito dai palacongressi.

## Dicono di noi

Ecco i titoli degli articoli più importanti pubblicati sulle principali riviste di settore. L'indice completo della rassegna stampa e gli articoli per intero li trovate da settembre sul nostro sito [www.italcongressi.com](http://www.italcongressi.com)

### MAGGIO

#### Congress Today

*Le prospettive dell'industria congressuale nel terzo millennio - il punto di vista di Italcongressi*

#### Convegni

- *Un'Italia da Rifare?*
- *Italcongressi verso l'internazionalizzazione del settore*

#### Meeting e congressi

*Insieme a Federcongressi*

#### Mice

*Promozione unitaria nel mercato globale*

### GIUGNO

#### Convegni

*Italcongressi: per un mercato congressuale ad alta qualità'*

#### Link

*Intervista al Presidente Massimo Fabio: Sul'Italia, il miraggio del Mice*

#### Meeting e congressi

*Più strutture ai congressi*

## Prossimi appuntamenti

### 3° Conferenza Nazionale del Turismo

29-30 settembre/1 ottobre  
Montesilvano - Pescara

## Congressuale a tutto tondo in diretta televisiva

Si è parlato del sistema congressuale a RaiUtile il 17 luglio scorso.

Il Presidente Massimo Fabio intervenendo alla trasmissione dedicata al turismo congressuale, condotta da PierDamiani D'Agata, ha parlato dello stato dell'arte del settore nel nostro Paese.

Diversi i temi trattati nel corso del programma, in particolare il problema dell'internazionalizzazione del settore e la necessità di elaborare strategie di promozione adeguate per conferire appeal alle nostre principali destinazioni, l'importanza di incentivare e costruire le strutture per tradizione vocate al turismo congressuale come i Palacongressi, il rilancio di questo importante comparto del turismo nel Mezzogiorno.

La mancanza di adeguate strutture ricettive - ha detto il Presidente Massimo Fabio - non solo ha impedito fino ad ora, di proporre l'Italia come meta privilegiata di congressi ed eventi di respiro internazionale ma ha anche limitato le possibilità di promuovere all'estero le nostre destinazioni sotto un unico brand. Per dare impulso al settore congressuale

- il Dottor Fabio ha aggiunto - si necessita di un riconoscimento normativo e di una strategia più adeguata per affrontare mercati sempre più complessi e competitivi. Sempre di più infatti si deve auspicare ad importanti interventi strutturali da parte del Governo a livello centrale, ma anche le Regioni ricopriranno un ruolo fondamentale poiché hanno la competenza in materia di turismo, e ad esse spetta dunque, dare veramente un salto di qualità della nostra offerta complessiva.

Tale considerazioni sono ancora più pertinenti in relazione al Mezzogiorno dove - il Presidente ne è convinto - gli investimenti nel settore congressuale potrebbero essere trainanti per l'intero settore turistico. La recente designazione dell'Assessore al Turismo della Regione Calabria Beniamino Donnici, come Presidente del Comitato Tecnico Consultivo per l'Agenzia Nazionale del Turismo, rappresenta già un segnale positivo di attenzione verso il Meridione, che si spera possa al più presto sviluppare tutte le potenzialità fino ad oggi inespresse.

## Da settembre novità sul sito Italcongressi

Come accade per le imprese anche per le associazioni si sta puntando gradualmente a modelli di comunicazione integrata dove agli strumenti tradizionali vengono affiancate le nuove tecnologie.

Anche Italcongressi, nell'intento di relazionarsi in modo più innovativo con i suoi pubblici di riferimento e dato anche il rilevante numero di accessi che si registrano sul suo sito ha deciso di aggiornarlo.

Il sito infatti costituisce un'ottima vetrina sul territorio per gli associati ed è uno dei mezzi tecnologici che meglio permette oggi di veicolare efficacemente la propria immagine all'esterno: un'interfaccia diretta con un pubblico vasto che permette di veicolare un mag-

gior numero di informazioni, creare una comunicazione più interattiva, snella e aggiornata, promuovere e conferire visibilità alle strutture associate.

In particolare, ci sarà la possibilità cliccando sulla voce *'notizie e comunicati'* di accedere alla rassegna stampa dell'associazione, di leggere tutti i nostri comunicati stampa oltre che visionare le news riguardanti i soci Italcongressi.

L'obiettivo è quello di renderlo quanto più completo possibile e farne un punto di riferimento non solo per gli associati ma per tutte le persone, professionalità, enti coinvolti o semplicemente interessati al settore.

## Ultime notizie da Federcongressi

*Principi di professionalità, standard professionali, delegati regionali per i convegni medico-scientifici: elementi di novità emersi dalla riunione del Comitato Esecutivo di Federcongressi, il 10 luglio a Milano.*

- *Novità nel Comitato Esecutivo.* È entrata a far parte del Comitato Esecutivo Maja De' Simoni, nuovo presidente di MPI Italia, in sostituzione di Alan Pini che ha concluso il suo mandato. Assume anche l'incarico di Presidente del Comitato Standard e Certificazioni.

- *I principi di professionalità.* Federcongressi ha approvato il documento che definisce i principi di professionalità, cioè le linee-guida per la condotta nello svolgimento della professione. Il documento viene ora sottoposto alla valutazione delle cinque associazioni, all'interno delle quali si apre il dibattito.

- *Gli standard professionali.* Il Comitato Esecutivo ha approvato gli standard professionali elaborati da Federcongressi per i meeting manager e i meeting coordinator. Costituiscono un riferimento per le professioni del settore e indicano i comportamenti da tenere in tutte le fasi organizzative del

convegno. Come sottolinea il presidente Adolfo Parodi: "Gli standard fissano la visione e l'orientamento di Federcongressi sulle modalità migliori nell'attività organizzativa." Il professionista che deciderà di seguirli potrà acquistare ulteriore credibilità comunicando di adottare gli standard fissati da Federcongressi.

L'obiettivo è di definire standard professionali per tutti i soggetti che operano nel settore, dai fornitori di servizi alle sedi. Il manuale degli standard sarà presto pubblicato e presentato agli operatori e alle istituzioni.

- *I delegati regionali per l'ECM.* Su richiesta del Comitato ECM di Federcongressi, il Comitato Esecutivo ha approvato la nomina di un primo gruppo di delegati regionali che avranno il compito di "contattare le autorità locali competenti per accreditare Federcongressi presso le medesime e proporre la collaborazione di Federcongressi quale partner tecnico professionale per il sistema dei

convegni medico-scientifici e della formazione continua in medicina".

I delegati sono i seguenti:

Emilia Romagna: Elisabetta Tura;  
Friuli Ven. Giulia: Aleksandra Dermitt De' Simoni;  
Liguria: Annarosa Miele;  
Lombardia: Lorena Bossolesi;  
Piemonte: Paolo Zona;  
Sardegna: Alfredo Sinianni;  
Sicilia: Antonino Pennino;  
Toscana: Maria Cristina Dalla Villa;  
Veneto: Eleonela Righetti Cinquetti.

- *Incontro di riflessione.* L'1 e 2 settembre a San Gimignano (Siena) Federcongressi ha organizzato due giornate di riflessione e confronto all'interno della federazione per definire obiettivi strategici e piano d'azione del prossimo biennio. Partecipano i membri del Comitato Esecutivo, dei Comitati scientifici e operativi e i delegati.

## Focus: i Palacongressi

### Dinamica dell'attività congressuale italiana nell'ultimo anno (variazioni 2004/2005)

Dall'analisi dei dati forniti dall'Osservatorio Congressuale 2005 emerge con chiarezza che gli incontri registrano una lieve flessione, (-3,25%) ma aumentano gli eventi di grandi dimensioni e di più lunga durata. Il risultato positivo è connesso soprattutto al miglioramento delle strutture ricettive congressuali ossia all'accresciuto peso conseguito dai palacongressi.

L'evoluzione dell'attività congressuale italiana nel 2005, è caratterizzata da andamenti differenziati nelle diverse tipologie di offerta congressuale. Le strutture congressuali alberghiere registrano una flessione rispetto allo scorso anno, mentre i palacongressi aumentano la loro attività (+14,63%). I palacongressi ospitano incontri più grandi ed anche più lunghi, per cui il loro peso cresce progressivamente passando dal numero degli eventi (1,37%), ai congressisti (9,97%) alle presenze congressuali (26,26%), fino ai pernottamenti generati dall'attività congressuale che rappresentano più di 1/3 del totale complessivo dei pernottamenti congressuali. Come risulta dal grafico n.1, le dimensioni medie dei congressi ospitati nei palacongressi sono molto superiori a quella degli eventi ospitati nelle altre sedi congressuali per cui il peso relativo in termini di produzione realizzata dai palacongressi decuplica le altre strutture sia in termini di incontri che in termini di presenze congressuali. Rispetto alle residenze storiche e agli alberghi, oltre ad avere spazi convegnistici più ampi sono anche le uniche strutture dove si riescono ad organizzare eventi di maggiore durata. Pertanto è fondamentale puntare a potenziare e a promuovere

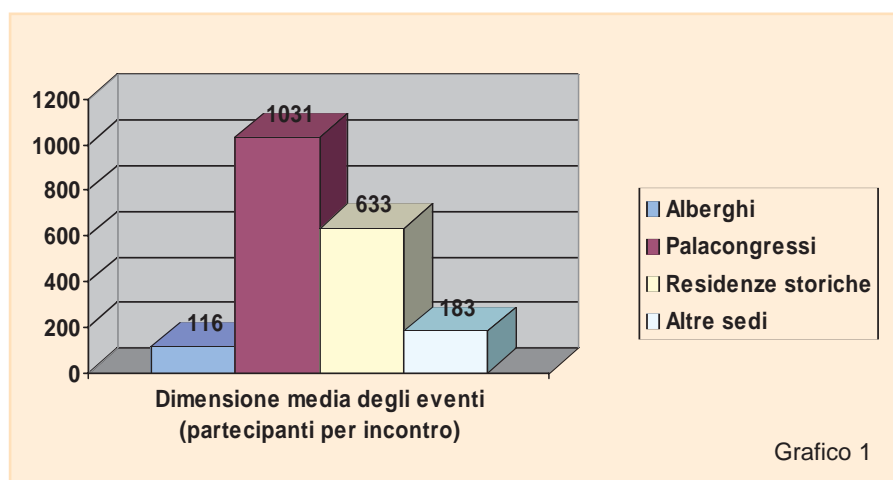


Grafico 1

queste strutture soprattutto se si vuole mirare all'internazionalizzazione del settore. Soltanto riuscendo a convogliare nei nostri palacongressi eventi di respiro internazionale potremo allargare la nostra quota di mercato, facendo così concorrenza ad altri Paesi europei che al momento sono più competitivi di noi, come la Spagna. Tuttavia questo non significa che palacongressi ed alberghi siano strutture in concorrenza nel comparto congressuale ma che sono ormai correlate. Il segmento specializzato dell'offerta, come la stessa ricerca dell'Osservatorio Congressuale Italiano ha rilevato quest'anno, ospita gli eventi più grandi e di maggiore durata e di questo non può

che beneficiarne l'indotto alberghiero. Il numero degli incontri internazionali ospitati nel nostro Paese nel 2005 è stato pari al 5,29%, di gran lunga inferiore al numero degli incontri svoltisi all'estero ai quali hanno partecipato degli italiani. I dati (grafico n.2) inoltre dimostrano non solo che la bilancia dei pagamenti congressuali dell'Italia è in deficit e non riesce ad essere una destinazione congressuale di rilievo a livello internazionale, ma anche che il nostro Paese non riesce a soddisfare la domanda di ospitalità congressuale degli italiani. Emerge pertanto che bisognerà che le Istituzioni e le aziende lavorino sinergicamente e promuovano adeguatamente il settore se vorranno registrare una crescita sostanziale e ottenere una leadership nel settore a livello nazionale ed internazionale. Il settore turistico risulta sempre più essere quello maggiormente competitivo e strategico per l'intero Paese. Esso rappresenta pertanto, una delle priorità su cui investire. Il turismo assume un ruolo sociale ed economico epocale e sottovalutare le potenzialità sarebbe oggi più che mai, visto lo scenario internazionale che si va configurando, un grosso errore. Nello specifico, in questa prospettiva di sviluppo complessivo dell'intero settore, l'impresa congressuale, per le sue caratteristiche distintive e innovative, costituisce sicuramente uno degli elementi trainanti del sistema economico ed integrato di servizi su un territorio. Ma pensare di progredire è impossibile se mancano gli strumenti essenziali per farlo ossia le strutture. Questo infatti costituisce condizione indispensabile per sviluppare adeguatamente l'ipotesi dei distretti congressuali così come già accade per altri comparti industriali nell'obiettivo di promuovere il territorio congiuntamente con tutte le imprese e con tutti i soggetti impegnati per lo sviluppo locale. Bisogna incentivare dunque, un'approfondita circolazione dell'informazione e della conoscenza che consolidi le occasioni di contatto tra il sistema delle imprese e le istituzioni per determinare realmente le pre condizioni necessarie per attuare un programma di sviluppo e di promozione del territorio. In questo contesto esistono degli snodi che sono fondamentali in un settore caratterizzato da una prevalenza di piccoli operatori: è necessario infatti, fornire un adeguato supporto agli imprenditori sulle aree in cui questi da soli non sono in grado di costituire massa critica sufficiente.

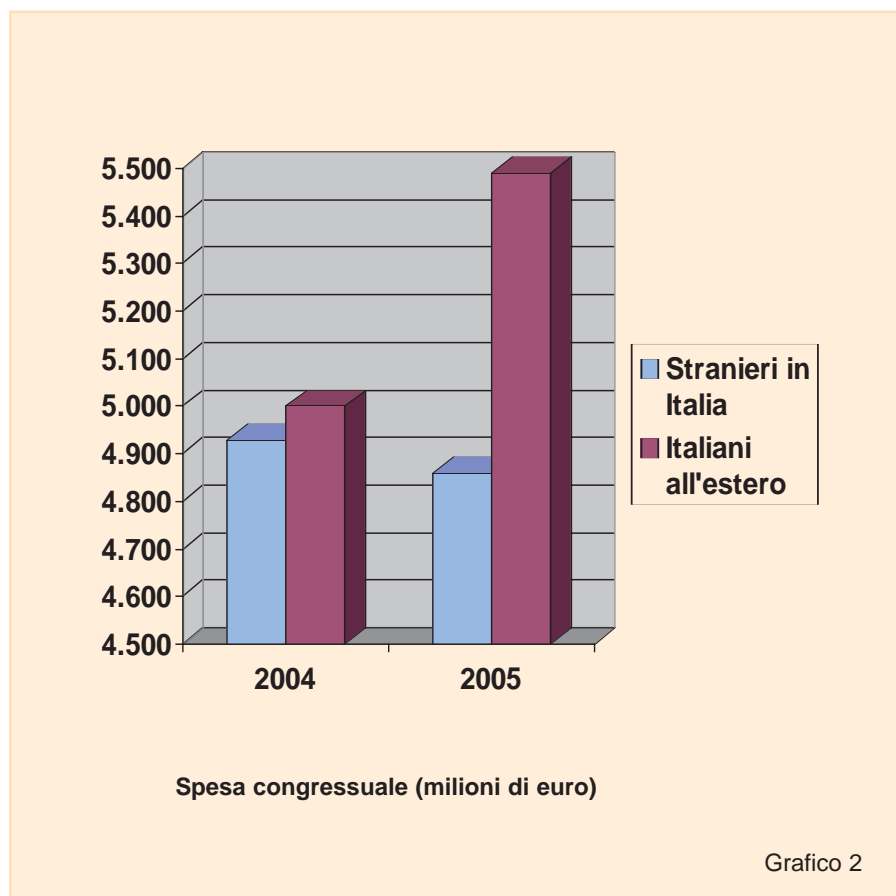


Grafico 2