

IL MERCATO CONGRESSUALE

M. Grasso

Gli eventi aggregativi (MICE)

Domanda prevalentemente *business* ovvero motivata da interessi professionali ma anche ...

- **Manifestazioni congressuali** classificabili secondo il tema trattato, lo scopo, la dimensione:
 - n.° partecipanti elevato (conferenze, congressi, convention, convegni)
 - n.° partecipanti contenuto (simposi, tavole rotonde, seminari, workshop).
- **Manifestazioni fieristiche:** borse internazionali e borse dedicate a settori specifici
- **Manifestazioni di altro tipo** (raduni/meeting) a cui i partecipanti aderiscono nel tempo libero mossi più da interessi personali che non da motivi professionali.
- **Grandi eventi**



Vantaggi economici e sociali per la comunità ospitante

La domanda di congressi

Il **promotore** (impresa, ente pubblico, sindacato, associazione ecc.) genera il congresso e svolge le seguenti funzioni:

- definisce gli obiettivi, il tema, il periodo e la località
- richiede eventualmente le necessarie autorizzazioni
- ricerca il patrocinio di personalità e/o di enti pubblici
- costituisce un comitato d'onore ed elegge un comitato scientifico e un comitato organizzativo.

Il **comitato scientifico**: individua gli argomenti, invita e ricerca i relatori, definisce il programma, individua gli invitati, determina i contenuti da diffondere, partecipa a conferenze stampa.

Il **comitato organizzatore interno** può occuparsi dell'intera manifestazione oppure solo di una parte; in tal caso collabora con altri soggetti organizzatori.

Gli organizzatori congressuali

In Liguria è previsto il rilascio di un “attestato di qualità” mediante colloquio con chi ha esercitato la professione per almeno 3 anni consecutivi negli ultimi 5 anni e possiede determinati requisiti (diploma di scuola media superiore, conoscenza di almeno due lingue straniere ecc.).

Numerose Regioni stabiliscono che la professione può essere svolta dalle adv.

- *Professional Congress Organizer* (PCO): impresa specializzata
- *Meeting planner* (MP) è dipendente del promotore o di centri congressuali o PCO o di adv. Non assume il rischio dell'organizzazione dell'evento.

Il contratto fra promotore e PCO è un **contratto d'appalto** ove il primo (committente) assume la responsabilità scientifica-culturale della manifestazione e il secondo (l'appaltatore) quella tecnica. Egli s'impegna a svolgere tutte le attività necessarie alla buona organizzazione del Congresso (pacchetto congressuale) ed è retribuito da un onorario.

In alternativa, talvolta, il contratto fra le parti può prevedere che il PCO gestisca in proprio l'evento e ne assuma il rischio economico. Egli remunera il promotore con un determinato importo complessivo, sostiene i costi e percepisce i ricavi. Il suo compenso è rappresentato dagli utili realizzati. Oppure ancora ...

- In una prima fase il PCO analizza le esigenze del committente, l'andamento delle precedenti edizioni, le caratteristiche dei congressisti (n.°, paesi di provenienza, adesione individuale o familiare).
- Valutazione della località e della struttura congressuale:
 - La località: accessibile centrale, adeguata agli interessi dei partecipanti (tranquilla o attraente o coerente). Influenzano la scelta anche altri fattori ...
 - Le strutture: palazzo dei congressi, alberghi congressuali, strutture di pregio storico-artistico, strutture nei centri fieristici e sulle navi, locali messi a disposizione dal promotore oppure da enti pubblici (Enti locali, Camera Commercio, Università, istituti scolastici).
- Quindi contatta il *Convention Bureau* della località sede dell'evento e seleziona i fornitori.
- Elabora il budget da sottoporre al promotore.

Il budget congressuale

COSTI	RICAVI
Utilizzo struttura congressuale	Contributi del promotore
Allestimenti e arredi	Contributi degli sponsor
Impianti tecnici	Contributi degli Enti pubblici
Personale operativo	Quote di partecipazione dei partecipanti
Comunicazione	Vendita spazi espositivi e pubblicitari
Programma sociale	Commissioni dalla vendita dei servizi turistici
Ospitalità per gli invitati	Vendita atti congressuali
Spese generali	
Programma turistico	
Onorario per il PCO	

Il convention bureau

Società o consorzio a cui aderiscono gli operatori congressuali locali (enti pubblici, centri congressuali, PCO, alberghi congressuali, imprese di ristorazione, adv incoming, associazioni di traduttori e interpreti ecc.), allo scopo di elevare la competitività della destinazione.

La sua attività di comunicazione si rivolge principalmente ai promotori e agli organizzatori di congressi e si realizza attraverso:

- il sito del CB e altro materiale pubblicitario
- la partecipazione a borse turistiche
- consulenze
- organizzazione di *educational* a favore di potenziali clienti o giornalisti

I CB possono costituire un reparto nella struttura organizzativa di un soggetto addetto alla gestione di una destinazione turistica (DMO).