

Congressi: il punto di vista dalle associazioni



Le associazioni protagoniste della *meeting industry*

All'interno della *meeting industry* internazionale le associazioni suscitano grande interesse in quanto promuovono congressi di grande valore culturale ed economico.

Anche in questi anni di crisi economica le associazioni professionali hanno mantenuto un ruolo determinante nel mercato dei congressi, offrendo maggiori garanzie di stabilità rispetto alla domanda aziendale, più sensibile alle variazioni dei trend economici.

Per i responsabili di centri congressi, convention bureau, agenzie di organizzazione congressuale, le associazioni sono clienti importanti e ambiti, oggi più che mai.

L'importante ruolo delle associazioni per il mercato dei congressi

I motivi di questo interesse verso i convegni promossi dalle associazioni sono molteplici:

- dimensioni superiori rispetto ad altri eventi per numero di partecipanti e per durata
- complessità dell'evento per quantità e dimensione delle sale e dei servizi necessari, come per esempio gli spazi espositivi
- valore della spesa media per partecipante
- tempi di programmazione più lunghi rispetto agli eventi promossi dalle aziende, con una conseguente maggiore possibilità di pianificare il lavoro
- tenuta sostanziale della domanda di congressi nonostante l'attuale difficile contesto economico
- elevato impatto sulla destinazione ospitante dal punto di vista economico
- contributo alla crescita professionale del territorio attraverso un accesso facilitato alla diffusione del sapere
- stimolo alla riqualificazione delle infrastrutture del territorio a tutto vantaggio dei residenti.

L'interesse che si è creato attorno al mondo dei congressi di associazioni ha generato una forte competizione tra città, strutture e fornitori di servizi a livelli sempre più alti. Cresce quindi l'esigenza di comprenderne i bisogni ed i criteri di scelta, per poterli prevenire e soddisfare, adeguando la propria offerta di servizi.

40 associazioni rispondono

Più ambita è la meta, più importante diventa conoscere i requisiti per raggiungerla.

Quali sono oggi le aspettative dei rappresentanti delle associazioni per i loro congressi?

In base a quali criteri effettuano le loro scelte? Quali elementi possono influenzarle?

Abbiamo cercato di rispondere sinteticamente a queste domande sottoponendo un breve questionario ai diretti interessati, i rappresentanti delle le associazioni.

Ci siamo rivolti prevalentemente ad organizzazioni italiane collegate ad organismi internazionali, in possesso quindi di una visione più ampia delle necessità attuali e delle tendenze del settore.

Abbiamo ottenuto 40 interviste complete, da cui sono state tratte indicazioni utili sui criteri di scelta di questi protagonisti del mercato e sulle azioni che città ed imprese possono sviluppare per attirarne l'attenzione.

I professionisti che hanno risposto appartengono a molti settori, coprendo quasi tutte le categorie: medicina, commercio e industria sono i più rappresentati, ma anche finanza, farmaceutica, ricerca, energia, formazione, religione, agricoltura, sport e tempo libero, volontariato, turismo e trasporti

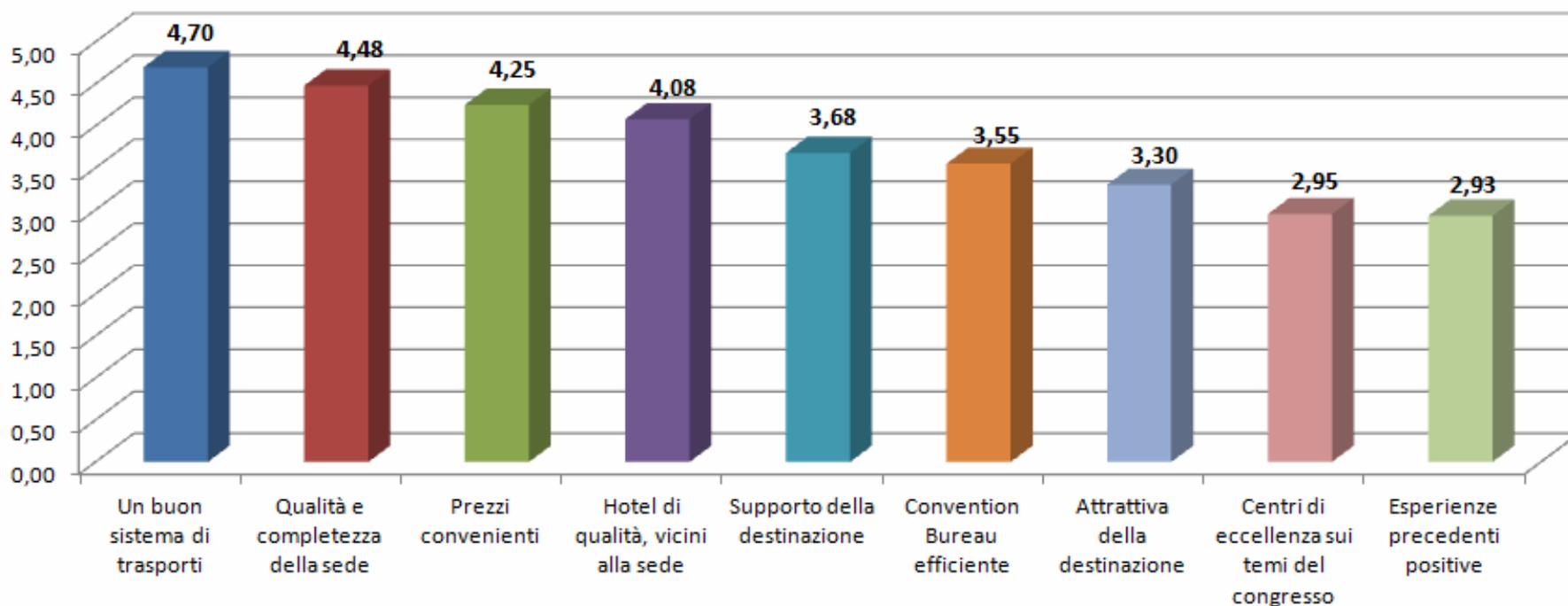
1.

**Nella scelta della località
dove organizzare
il congresso
qual è l'importanza dei
seguenti aspetti?**

I trasporti al primo posto

- Il fattore che influisce maggiormente nella scelta della destinazione è la qualità del **sistema di trasporti** per raggiungere rapidamente e comodamente la sede del congresso.
- Al secondo posto la **sede congressuale** di cui si valuta qualità e completezza degli spazi e delle attrezzature.
- La convenienza dei **prezzi** si considera in terza battuta, dopo aver verificato la raggiungibilità e la presenza di una sede adeguata, a dimostrazione della grande attenzione al prezzo, ma non a discapito del possesso dei requisiti tecnici
- La disponibilità di **hotel adeguati** per dimensione, posizione, qualità, si colloca al quarto posto, seguita dal **supporto della destinazione**.
- La presenza di un **Convention Bureau efficiente** al sesto posto precede l'attrattiva della destinazione e la presenza di centri di eccellenza legati al tema del congresso. Le scelte vengono quindi effettuate in base a criteri molto tecnici e professionali e la gradevolezza dell'ambiente che circonda il centro congressi sembra non essere importante.
- Non viene tenuta in gran considerazione la reputazione congressuale della località, poiché la conoscenza legata ad esperienze precedenti figura all'ultimo posto.

Criteri di scelta della località sede del congresso

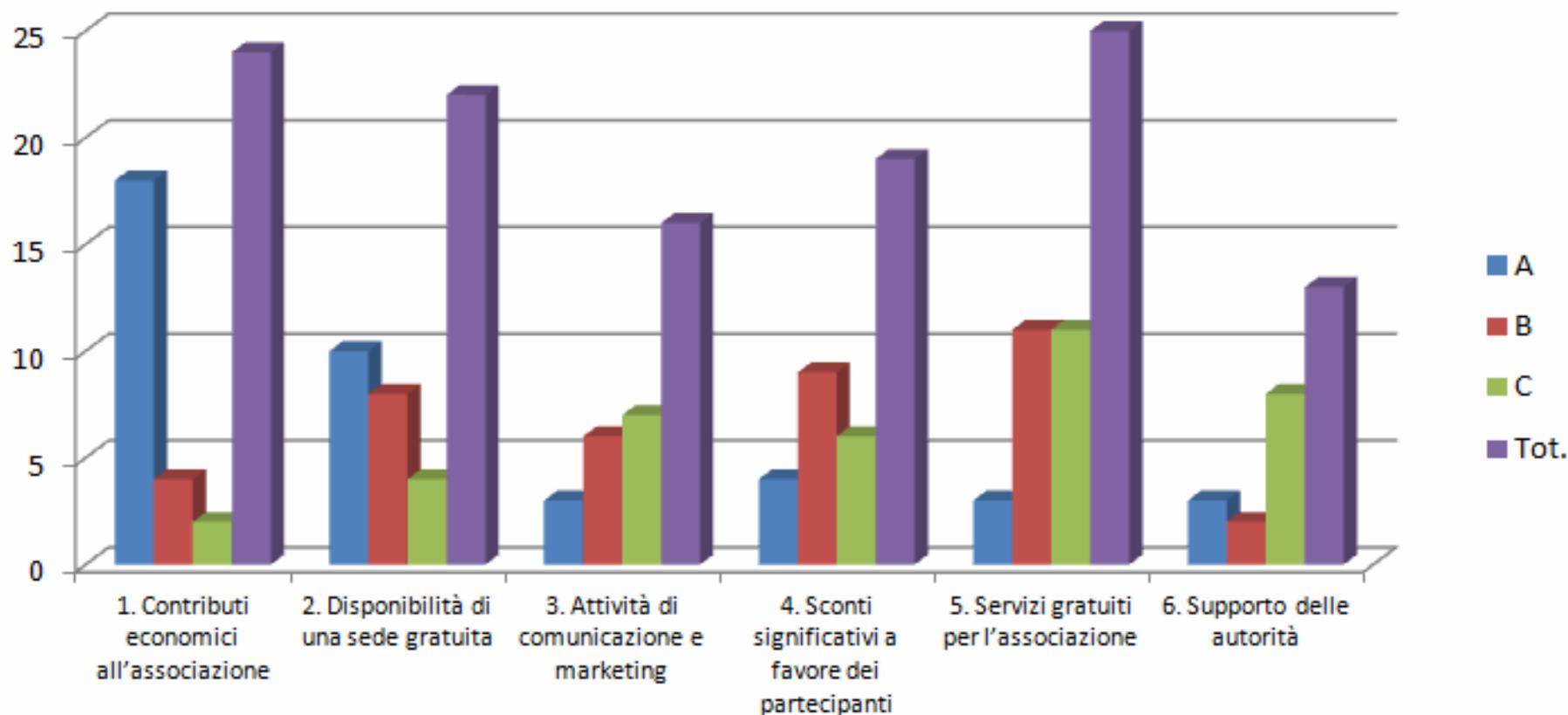


Voti da 1 (minimo) a 5 (massimo)

2.

Quale forma di supporto da parte della destinazione ritiene più utile per l'associazione?

Forme di supporto più gradite alle associazioni



Ogni votante ha espresso 3 preferenze su un totale di 6 opzioni, mettendole in ordine di importanza (da A – massimo, a C – minimo).

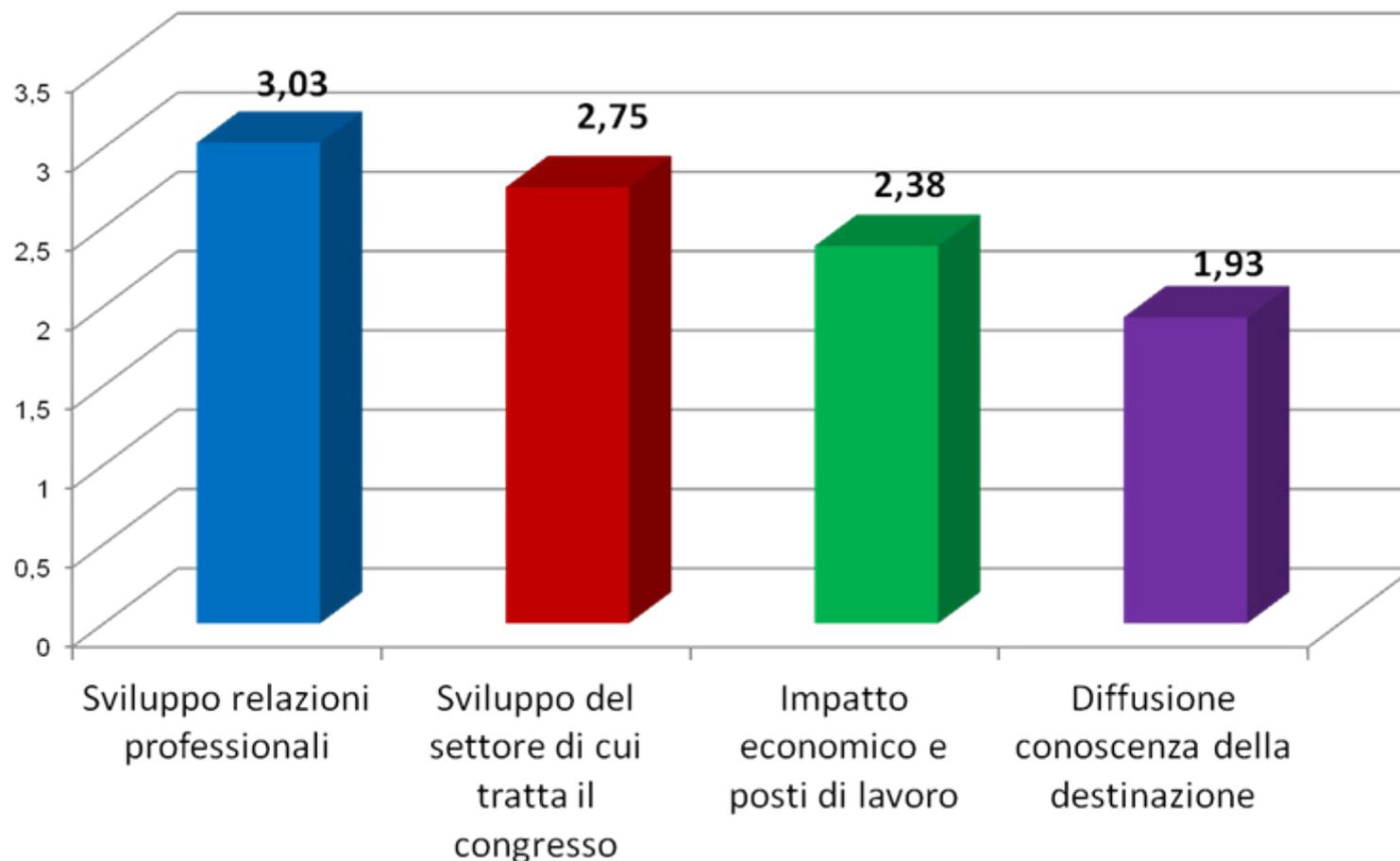
Servizi gratuiti e contributi

- Tra le forme di supporto più gradite alle associazioni ha ottenuto complessivamente più voti: **Servizi gratuiti per l'associazione**, come ad esempio un welcome cocktail offerto, camere gratis per i relatori, o altri servizi simili, che possono ridurre i costi a carico dell'organizzazione del congresso. Questa risposta prevale anche se non è stata presa in considerazione come prima scelta, ma raccoglie il maggior numero di voti come seconda e terza opzione (B e C).
- La maggioranza dei votanti ha messo al primo posto: **Contributi economici a favore dell'associazione**. La principale preoccupazione delle associazioni è quella economica e ciò le rende più sensibili all'offerta di contributi ed altre fonti di entrata.
- Mentre i contributi economici rappresentano un impegno oneroso per la destinazione, i **servizi gratuiti** da mettere a disposizione possono essere anche a costo zero o quasi e sono altrettanto apprezzati.

3.

Qual è l'eredità materiale e immateriale che lascia un congresso alla località che lo ospita?

La percezione dell'impatto del congresso



Agli intervistati è stato richiesto di mettere in ordine di preferenza le quattro opzioni.

Sviluppo delle relazioni professionali l'eredità più importante

- I rappresentanti delle associazioni intervistati ritengono che la più importante eredità lasciata dal congresso sul territorio sia costituita dallo **sviluppo di relazioni professionali** e del settore di cui tratta il congresso grazie a nuove conoscenze e opportunità di business.
- Sembra più scarsa la consapevolezza dei benefici economici portati dal congresso al territorio che lo ospita, o perlomeno prevale l'interesse dell'associazione, rispetto al punto di vista del territorio.

Conclusioni

Indicazioni utili per destinazioni e sedi

Le associazioni scelgono le sedi e le località dove organizzare i propri convegni sulla base di elementi molto concreti che mirano a garantire un'elevata partecipazione e il controllo dei costi.

Esse non appaiono molto sensibili ad aspetti astratti o immateriali, come per esempio il passaparola di esperienze positive, o l'attrattiva del luogo.

Per conquistare questi clienti le destinazioni devono garantire efficienza nei trasporti, nei centri congressi e prezzi competitivi.

Convention Bureau e centri congressi possono rendersi più interessanti mettendo a disposizione alcuni servizi gratuiti e un'adeguata accoglienza.

Meeting Consultants

Meeting Consultants opera nella meeting industry offrendo consulenza nell'area del marketing, della formazione e dell'organizzazione.

Realizziamo analisi e piani di marketing, studi di fattibilità, ricerche di mercato e di benchmarking nel settore congressuale per imprese e istituzioni. Contribuiamo alla progettazione di centri congressi.

Organizziamo incontri B2B, eroghiamo formazione, progettiamo e coordiniamo grandi eventi. Lavoriamo per convention bureau italiani ed esteri, centri congressi, alberghi, PCO, enti pubblici, Camere di Commercio.

Gabriella Gentile e Gabriella Ghigi

sono partner della società e responsabili dei progetti.



MEETINGCONSULTANTS

Meeting Consultants ringrazia le Associazioni
che hanno contribuito alla realizzazione di questa indagine.

Febbraio 2014

MEETING CONSULTANTS SRL
www.meetingconsultants.it
gabriella.ghigi@meetingconsultants.it
Via Pergolesi 1 - 20124 Milano
Ph. +39 3492102282