

Osservatorio Congressuale

Il sistema congressuale riminese

1° semestre 2009

Ricerca promossa e finanziata da:



e condotta da:



Alma Mater Studiorum
Università di Bologna – Rimini Campus

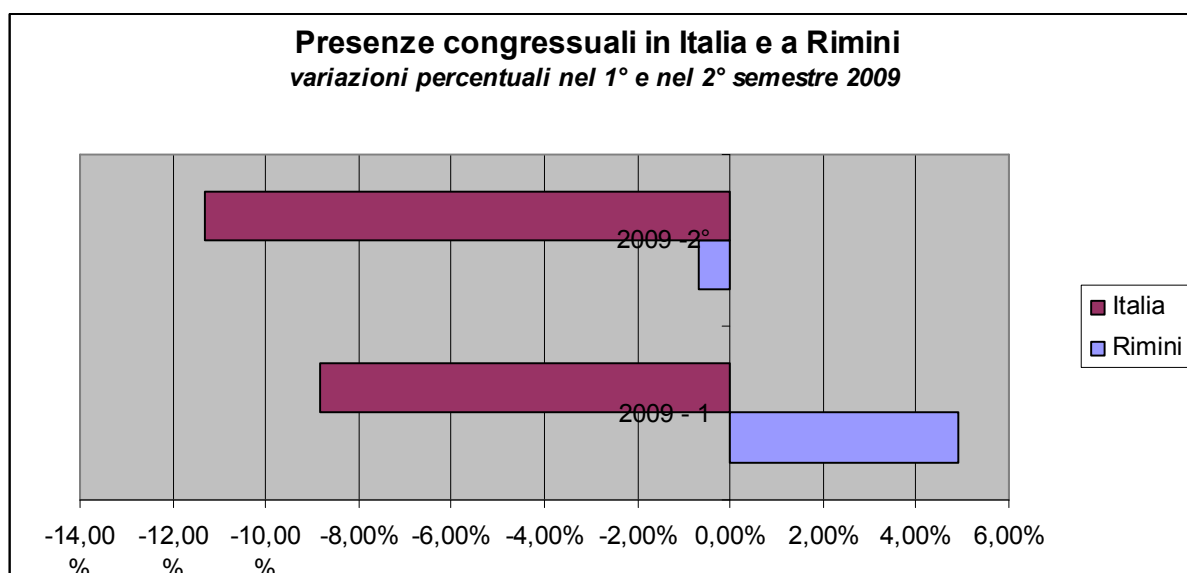
1. Tendenze dell'attività congressuale nella Provincia di Rimini
2. La produzione congressuale nel 1° semestre 2009
3. Il livello di attività congressuale
4. I protagonisti: alberghi e centri
5. La segmentazione del mercato
 - a. segmentazione per tipologia di cliente
 - b. segmentazione per provenienza geografica
 - c. segmentazione per dimensione dell'evento
6. Il posizionamento del sistema riminese

1. Tendenze dell'attività congressuale nella provincia di Rimini

Dopo un periodo di crescita sostenuta dell'attività congressuale durato oltre quattro anni (2003-2008) è iniziata una fase congiunturale negativa connessa alla crisi economico finanziaria che ha ridotto la disponibilità di risorse dei promotori di eventi (aziende, enti, partiti, sindacati e associazioni) ed anche dei potenziali partecipanti a tali incontri: il 2009 si iscrive nel contesto recessivo, ma con una dinamicità delle aziende congressuali della Riviera di Rimini migliore rispetto al resto d'Italia.

Il negativo andamento dell'economia italiana e internazionale iniziato nel 2008 influisce negativamente sull'attività congressuale anche nel 2009. Le difficoltà esistenti dal lato della domanda, unite al progressivo ampliamento dell'offerta congressuale favoriscono l'accentuarsi della concorrenza fra destinazioni sia sul mercato nazionale, sia su quello internazionale.

In questo quadro di difficoltà convergenti l'offerta della Riviera di Rimini diventa più competitiva, sottrae quote di mercato alle altre destinazioni italiane, migliora il proprio posizionamento e registra qualche segno positivo anche durante l'attuale recessione.



Nel 1° semestre 2009 le presenze congressuali nella Riviera di Rimini registrano un incremento del 4,89%, mentre nel resto d'Italia le presenze congressuali si riducono dell'8,82% (cfr. grafico).

Le proiezioni per il secondo semestre sono caratterizzate da un peggioramento a livello nazionale che coinvolge anche la Riviera di Rimini in cui, ciò nonostante si registrano ancora performance

superiori rispetto al resto d'Italia per effetto di un aumento della quota di mercato della Riviera riminese nel segmento dei congressi nazionali (cfr. tab.1).

Le tendenze dell'attività congressuale in Italia e nella Riviera di Rimini

	Italia		Rimini	
	2009 - 1	2009 - 2	2009 - 1	2009 - 2
numero di incontri	-8,95%	-4,59%	-6,04%	5,12%
numero di partecipanti	-4,64%	-20,22%	-5,91%	0,79%
giornate di presenza congressuale	-8,82%	-11,32%	4,89%	-0,66%

A fronte di un quadro molto preoccupante del sistema congressuale italiano, la Riviera di Rimini registra diversi segni positivi di notevole interesse, soprattutto perché sono stati conquistati senza poter contare su un adeguato "posizionamento paese" dell'Italia sul mercato congressuale globale.

L'evoluzione del sistema congressuale riminese nel primo semestre del 2009 è caratterizzato da contrazioni nel numero di eventi (-6,04%) e di congressisti (-5,91%) ospitati, ma anche da un interessante andamento positivo delle presenze congressuali che registrano un incremento del 4,89%; tale risultato è frutto dell'azione manageriale svolta dalle aziende congressuali che hanno conquistato congressi più lunghi e favorito in tal modo l'aumento della permanenza media dei congressisti nelle strutture della Riviera di Rimini (+11,48% fra il 1° semestre 2008 e il 1° semestre 2009).

2. La produzione congressuale

Nel primo semestre 2009 cala il numero degli eventi congressuali ospitati nelle strutture della Riviera di Rimini e si riduce, seppure in misura inferiore anche il numero dei partecipanti a tali eventi, ma aumenta la permanenza media dei congressisti determinando il segno positivo della variabile "presenze congressuali" che costituisce l'indicatore più importante del livello di produzione realizzato dalle aziende del settore.

Le presenze congressuali nella Riviera di Rimini hanno infatti continuato a crescere, anche durante la fase recessiva, soprattutto nel primo semestre dell'anno, quando la destinazione sembra offrire le migliori opportunità per la permanenza dei congressisti. Anche le opportunità leisure offerte dalla Riviera hanno contribuito alle buone performance favorendo il prolungamento della permanenza dei congressisti nella destinazione.

Il secondo semestre (luglio-dicembre) è meno virtuoso ed è strutturalmente diverso per composizione della domanda; le prospettive sono ancora positive per quanto concerne gli eventi e i congressisti ospitati, ma le presenze congressuali sono lievemente calanti (-0,66%).

L'evoluzione dell'attività congressuale a Rimini nel 1° semestre 2009

	2006 - 1	2007 - 1	2008 - 1	2009 - 1
numero di incontri	8,89%	11,82%	-0,59%	-6,04%
numero di partecipanti	0,71%	16,71%	9,72%	-5,91%
giornate di presenza congressuale	4,47%	29,47%	2,88%	4,89%

Il secondo semestre nel sistema congressuale riminese è meno consistente del primo. Questa configurazione della stagionalità congressuale non dipende dalla domanda congressuale a livello di mercato globale che invece è molto consistente nella seconda parte dell'anno (in particolare, i grandi congressi accademici internazionali sono posizionati prevalentemente nel periodo compreso fra la seconda metà di agosto e l'inizio del mese di ottobre), ma è piuttosto conseguente al ruolo "integrativo" (destagionalizzazione) assegnato al segmento congressi dalla Riviera di Rimini. Scelte manageriali innovative a livello

aziendale e a livello “destinazione”¹ potrebbero consentire risultati significativi e contribuire ad elevare il livello di attività congressuale in questo periodo dell'anno; un obiettivo che può essere raggiunto attraverso il miglioramento del posizionamento internazionale della marca “Italia congressi” e dell'offerta congressuale della Riviera di Rimini.

Le presenze congressuali nella Riviera di Rimini sono cresciute ininterrottamente dal 2004, quando il sistema congressuale riminese dopo aver superato la parentesi negativa derivante dalla crisi terroristica, ha avviato una fase di sviluppo molto rilevante, concentrata soprattutto nel 1° semestre dell'anno.

Le presenze congressuali sono infatti passate da poco più di un milione nel primo semestre 2004 all'attuale milione e mezzo, con un incremento del 49,02% (pari ad un incremento medio del 9,8% annuo) che non si è registrato in nessun altro segmento dell'industria dell'ospitalità riminese.

Nell'attuale fase recessiva il tasso di crescita si è dimezzato, ma è rimasto in territorio positivo nonostante la drastica contrazione della domanda registrata nel sistema congressuale italiano.

¹ Le caratteristiche di tali strategie manageriali e politiche sono state analizzate dettagliatamente nel Rapporto sul posizionamento della Riviera di Rimini edito dalla Provincia di Rimini, 2008.

3. Il livello di attività congressuale

Nel primo semestre 2009 le aziende congressuali della Riviera di Rimini hanno ospitato 3.798 eventi e 830 mila congressisti fatturando più di 1 milione e mezzo di presenze.

Livello di attività congressuale nella Riviera di Rimini

	1° sem 2008	1° sem 2009
numero di incontri	4.042	3.798
numero di partecipanti	882.483	830.328
giornate di presenza congressuale	1.463.997	1.535.586

I risultati ottenuti dimostrano l'efficienza a livello sistemico degli investimenti congressuali, nonostante le difficoltà finanziarie a livello delle singole strutture². L'ingegneria societaria se sarà affiancata da una crescita culturale sia dell'imprenditoria sia della dirigenza politica, potrà favorire forme di partecipazione all'investimento capaci di coniugare l'equilibrio finanziario con la competitività dell'offerta congressuale della Riviera di Rimini sui mercati globali e garantire in tal modo la continuazione del processo di crescita del settore congressuale nell'economia turistica riminese. Lo sviluppo del comparto si è dimostrato un'efficace forma di diversificazione dell'ospitalità sin dalle prime esperienze pionieristiche, ma in questa fase il consolidamento richiede una specifica capacità manageriale ed una sua autonoma valutazione per poter consolidare anche i suoi effetti positivi per la crescita economica e sociale (occupazione stabile e qualificata) della Riviera.

² Il consolidamento del processo di diversificazione congressuale della Riviera di Rimini richiede strumenti finanziari innovativi e incentivi fiscali (ICI) che assicurino l'equilibrio finanziario degli investitori sia a livello aziendale, sia negli enti pubblici.

4. I protagonisti: alberghi e centri

La dinamica positiva delle presenze congressuali nella Riviera di Rimini è dovuto soprattutto al buon posizionamento dei centri che, nel primo semestre 2009, registrano un incremento del 9,51% parzialmente compensato dalla flessione delle presenze per gli eventi ospitati negli hotel (cfr. Tavola).

La riduzione del numero degli eventi ospitati caratterizza sia gli alberghi congressuali sia i centri non alberghieri, ma il numero dei partecipanti si riduce invece maggiormente negli alberghi, perché non riescono ad aumentare la dimensione media degli eventi ospitati e rimangono posizionati prevalentemente sul segmento dimensionale inferiore.

La dinamica dell'attività negli alberghi e nei centri

(variazioni percentuali 2009.1 rispetto al 2008.1)

	alberghi	centri	totale
numero di incontri	-6,34%	-5,39%	-6,04%
numero di partecipanti	-6,23%	-1,79%	-5,91%
presenze congressuali	-3,45%	9,51%	4,89%

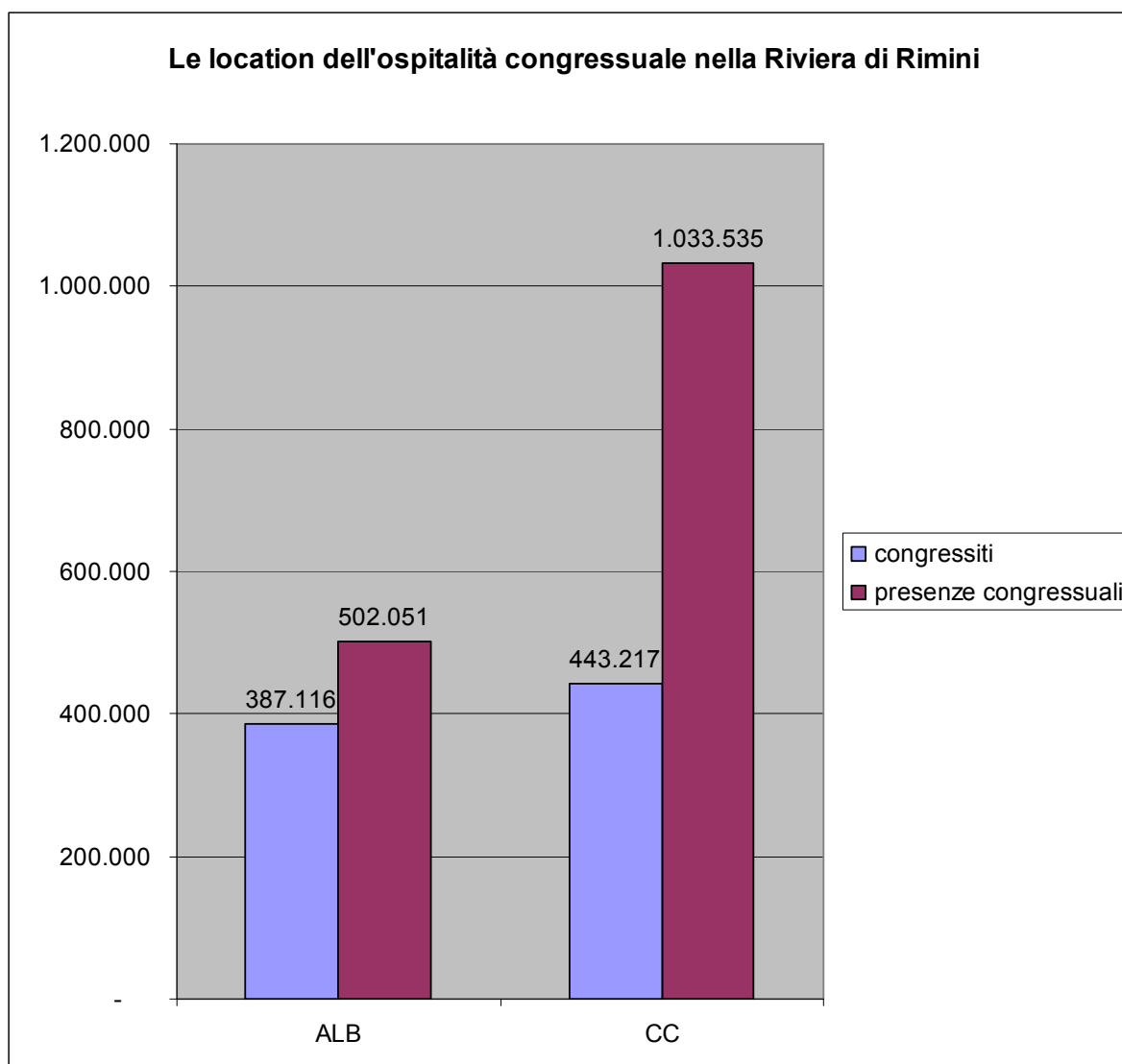
	2008.1		2009.1	
	alberghi	centri	alberghi	centri
numero di incontri	413.328	468.464	387.116	443.217
giornate di presenza congressuale	520.009	943.765	502.051	1.033.535

Gli incontri più piccoli, generalmente ospitati negli alberghi sono caratterizzati anche da una minore permanenza media (incontri locali o regionali spesso senza pernottamento); durante la fase recessiva questi caratteri degli incontri ospitati negli alberghi tendono ad accentuare i loro aspetti negativi e il divario di performance fra location si accentua.

Gli incontri di maggiore dimensione ospitati nei centri sono invece caratterizzati da una permanenza media dei congressisti più elevata che, oltre ad influire sulle presenze congressuali

ha anche un rilevante effetto positivo sull'indotto alberghiero per i pernottamenti alberghieri dei congressisti (ospitati nei centri).

Nel primo semestre 2009 gli alberghi hanno ospitato 387 mila congressisti fatturando oltre 500 mila giornate di presenza congressuale; i centri non alberghieri hanno ospitato 443 mila congressisti generando più di un milione di presenze congressuali.



La permanenza media degli ospiti nelle destinazioni riminesi è superiore al corrispondente valore a livello nazionale, ma è la risultante di una permanenza molto breve dei congressisti ospitati negli alberghi e di una permanenza maggiore dei congressisti ospitati nei centri.

Le location alberghiere avevano subito una brusca contrazione della permanenza media all'inizio dell'attuale fase recessiva (2008) e nel 2009 mantengono stazionario questo indicatore su livelli bassi; le location non alberghiere sono invece caratterizzate da un trend molto positivo di questo indicatore che era aumentato anche nel 2008 e registra un ulteriore balzo nel 2009 (+15,8%)

favorendo un miglioramento complessivo della permanenza media degli ospiti congressuali nella Riviera di Rimini (+11,48%) che garantisce circa due pernottamenti in media per congressista.

Permanenza media dei congressisti

(per eventi organizzati negli alberghi e nei centri non alberghieri)

	2008.1		2009.1	
	alberghi	centri	alberghi	centri
permanenza media	1,3	2,0	1,3	2,3

La dinamica della permanenza media influenza la produzione congressuale (presenze fatturato) ed incide quindi sulle quote di mercato delle diverse location. Nel sistema congressuale riminese gli alberghi avevano aumentato la loro quota di mercato durante gli anni del boom economico e della globalizzazione³. Nella fase recessiva che è iniziata a partire dal 2008 la tendenza si inverte e sono soprattutto le strutture professionali non alberghiere a conquistare fette crescenti di mercato.

Il fenomeno è influenzato da due fattori, la competizione e i vincoli eventualmente operanti dal lato dell'offerta; tali fattori producono effetti opposti nelle diverse fasi del ciclo: durante le fasi recessive la contrazione della domanda aumenta la concorrenza e fa emergere il management congressuale più efficiente (centri), mentre nelle fasi di boom economico, lo sviluppo tumultuoso della domanda congressuale fa entrare sul mercato anche location alberghiere meno efficienti.

La preferenza dei promotori di eventi per le location specializzate emersa nell'ultimo periodo ha determinato un assottigliamento della quota di mercato (presenze congressuali) degli alberghi che, nel primo semestre 2009, riducono la loro quota dal 36% al 33%; la quota di produzione congressuale realizzata dai centri aumenta invece, nello stesso periodo, dal 64% al 67%.

L'evoluzione delle quote di mercato per tipo di location

	2008.1		2009.1	
	alberghi	centri	alberghi	centri
quote di mercato	36%	64%	33%	67%

³ Le dinamiche congiunturali e geopolitiche sono di grande rilevanza per l'evoluzione della domanda congressuale: la crisi geopolitica connessa all'attentato alle Twin Towers ha influito negativamente sugli eventi congressuali per diversi anni (2001-2003) ma la successiva fase di euforia economica finanziaria e di globalizzazione ha favorito un aumento strutturale della domanda congressuale che ha recuperato completamente le perdite precedenti ed ha contribuito all'innovazione dell'industria dell'ospitalità.

5. La segmentazione del mercato

Segmentazione per promotore dell'evento congressuale

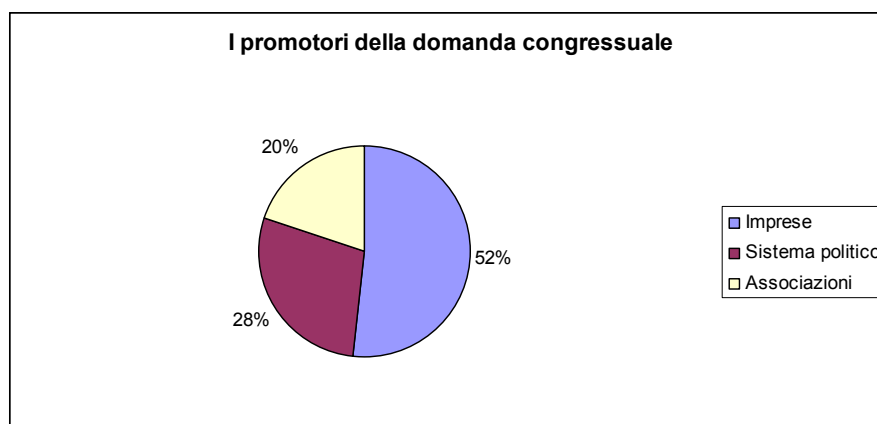
Gli eventi congressuali organizzati nelle aziende della Riviera di Rimini sono promossi in larga maggioranza dalle aziende (52%) seguite dal sistema politico (enti, partiti e sindacati) cui è riconducibile il 28% degli eventi congressuali e dalle associazioni (scientifiche, culturali, religiose e sportive) che promuovono il restante 20%.

La dinamica della domanda sul mercato congressuale riminese

(var. % sul semestre anno precedente)

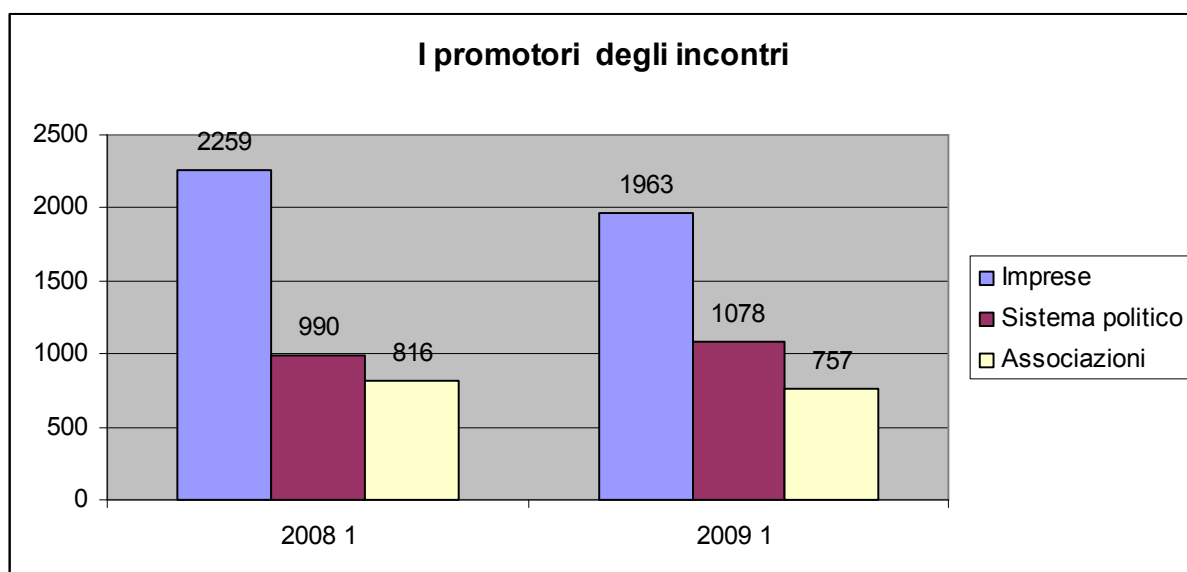
segmenti	2007.1	2008.1	2009.1
imprese	-2,95%	5,17%	-13,10%
enti, partiti, sindacati	24,02%	-2,25%	8,84%
associazioni scientifiche	51,98%	-10,39%	1,40%
associazioni religiose, culturali, sportive	23,19%	-14,23%	-3,41%

La fase recessiva influisce soprattutto sulla domanda di eventi corporate che registrano la flessione più consistente (-13,10%); crescono invece gli incontri promossi dal sistema politico e quelli delle associazioni scientifiche.



Gli effetti della flessione nel segmento corporate colpiscono soprattutto i centri non alberghieri (-16,33%), che peraltro recuperano con un risultato molto positivo nel segmento delle associazioni scientifiche (+3,43%) e in quello degli eventi promossi dal sistema politico (+10,39%).

Nonostante la rilevante flessione della domanda, le aziende rimangono il principale cliente della Riviera di Rimini.



Segmentazione per provenienza geografica

La flessione della domanda si manifesta nel segmento degli incontri regionali e in quello degli internazionali, mentre gli eventi a carattere nazionale rimangono stabili.

La provenienza dei congressisti ospitati nella Riviera di Rimini

	2008.1	2009.1
regionali	7,08	-8,72%
nazionali	6,56	0,59%
internazionali	-32,89	-6,58%

Segmentazione per dimensione dell'evento

L'evoluzione della domanda congressuale nella Riviera di Rimini è positiva soprattutto nei segmenti dimensionali inferiori (fino a 300 partecipanti per eventi) e si riduce invece in tutti i segmenti dimensionali più elevati.

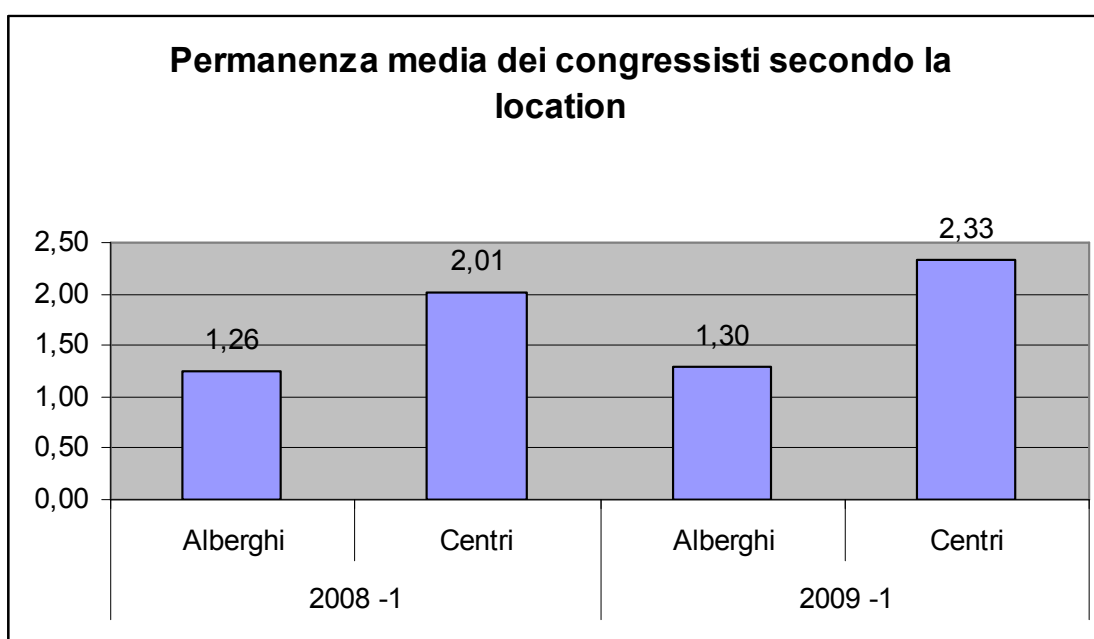
La dimensione degli incontri ospitati nel sistema riminese

Dimensione degli incontri	<i>Variazioni %</i>	
	2008.1	2009.1
50-100	3,23%	2,34%
100-300	-0,82%	2,87%
300-500	-2,98%	-1,83%
500-1000	-3,18%	-10,98%
Oltre 1000	6,74%	-9,45%

6. Il posizionamento del sistema riminese

Nel primo semestre 2009 le aziende congressuali riminesi hanno migliorato il loro posizionamento nel segmento dei congressi nazionali con effetti rilevanti sulle caratteristiche dell'attività congressuale.

La dimensione media degli eventi ospitati nel primo semestre 2009 è rimasta su valori elevati e la permanenza media ha registrato un incremento dell'11,48% avvicinandosi ai 2 giorni, ma con valori nettamente più elevati nei centri (vedi grafico).



La dimensione degli eventi ospitati nella Riviera di Rimini, negli anni passati, era stata influenzata positivamente dal miglioramento delle strutture di offerta e rimane su livelli elevati anche nel 2009 (220 partecipanti per evento), quando il mercato globale è invece caratterizzato da una riduzione della consistenza media degli eventi derivante dalla contrazione dei budget congressuali dei promotori e dei partecipanti che caratterizza le fasi congiunturali negative.

Le aziende congressuali riminesi reagiscono efficacemente alla recessione e, nel corso del 2009, conquistano maggiori quote di mercato, agendo soprattutto sul segmento dei congressi nazionali.

Le sinergie fra alberghi congressuali e centri non alberghieri costituiscono un fattore di successo: i centri ospitano eventi caratterizzati da una maggiore permanenza media dei congressisti con effetti rilevanti per l'industria alberghiera.