

# Osservatorio Congressuale

## Il sistema congressuale Riminense

1 semestre 2006

*Ricerca promossa e finanziata da:*



*Condotta da:*



*Alma Mater Studiorum  
Università di Bologna – Polo di Rimini  
Master in Gestione e Sviluppo dei Servizi Turistici*

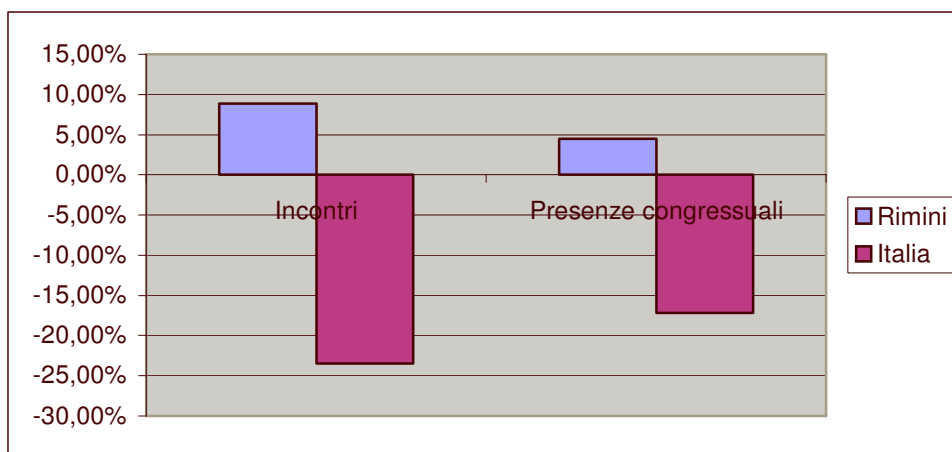
## Indice

- 1 L'attività congressuale nella provincia di Rimini
- 2 I protagonisti: alberghi e centri congressi
- 3 La segmentazione del mercato: i clienti e le dimensioni dei congressi
  - a. segmentazione per tipologia di cliente
  - b. segmentazione per provenienza geografica
  - c. segmentazione per dimensione dell'evento
4. Considerazioni finali

## 1. L'attività congressuale nella provincia di Rimini

Nel primo semestre del 2006 il sistema congressuale italiano registra una serie di risultati negativi (incontri, partecipanti, presenze e fatturato) mentre nel distretto riminese l'attività congressuale continua a crescere seppure a ritmi inferiori rispetto al 2005.

**Andamento dell'attività congressuale nel 1° semestre 2006**



Nel primo semestre del 2006 i comuni della provincia di Rimini hanno ospitato 3.636 incontri (congressi, meeting, convention, riunioni) e 689.148 congressisti realizzando 1.099.107 giornate di presenza congressuale.

**Tav. 1 L'attività congressuale a Rimini nel 1° semestre 2006**

Numero di incontri	3.636
Numero di partecipanti	689.148
Giornate di presenza congressuale	1.099.107

La tendenza negativa che nell'ultimo semestre si è nuovamente presentata a livello nazionale non ha quindi colpito in egual misura le aziende riminesi che continuano ad aumentare il livello di attività congressuale seppure a ritmi più contenuti.

**Tav. 2 L'evoluzione dell'attività congressuale a Rimini nel 1° semestre 2006**

	2004.1	2005.1	2006.1
Numero di incontri	+ 19,49%	+ 12,3%	<b>+ 8,89%</b>
Numero di partecipanti	+ 27,13%	+ 8,3%	<b>+ 0,71%</b>
Giornate di presenza congressuale	+ 7,62%	+ 2,1%	<b>+ 4,47%</b>

Il risultato è attribuibile sia all'azione di controllo e miglioramento della qualità congressuale unita ad un costante controllo dei costi di produzione e dei prezzi dei servizi congressuali; il buon andamento è dovuto infine anche, ma non ultimo, all'effetto positivo della struttura fieristica che consente di ospitare gli eventi di grande dimensione.

Il sistema congressuale riminese conferma quindi la sua elevata competitività nel sistema italiano dell'ospitalità.

Il negativo andamento delle presenze congressuali in Italia nel primo semestre 2006 è dovuto in primo luogo ad un'elevata dinamica dei prezzi che ha penalizzato soprattutto le città d'arte metropolitane; la flessione di queste destinazioni è stata parzialmente compensata dal ruolo positivo svolto in queste città dalle fiere che emergono, nel primo semestre 2006, come nuovo attore nell'arena congressuale italiana.

## 2. I protagonisti: alberghi e centri

Il positivo risultato del primo semestre 2006 è legato all'aumento del numero di clienti del sistema congressuale riminese (incontri: + 8,9%). In tal modo è stato infatti completamente compensato l'effetto negativo derivante dalla riduzione delle dimensioni medie degli eventi e il semestre si chiude con un incremento del 4,47% delle giornate di presenza congressuale.

L'unico segno negativo si registra nel comparto alberghiero che prosegue una tendenza già emersa lo scorso anno: gli alberghi si avvalgono della nuova offerta di ospitalità dei centri e riducono il loro impegno nell'offerta di sale, destinandole al miglioramento dell'offerta ricettiva.

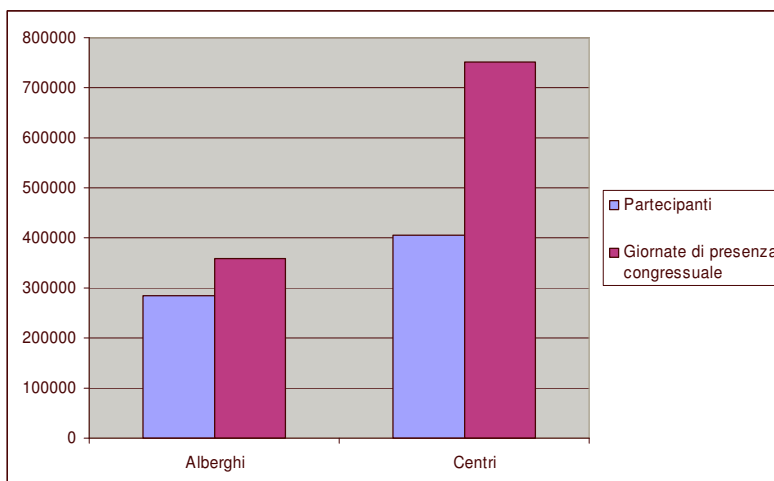
**Tav. 3 Le variazioni dell'attività negli alberghi e nei centri**

(variazioni percentuali rispetto al 1° semestre 2005)

	<b>Alberghi</b>	<b>Centri</b>	<b>Totale</b>
Incontri	5,62	16,45	8,9
Partecipanti	0,42	1,06	0,71
Giornate di presenza congressuale	- 0,34	8,52	4,47

Rispetto al 1° semestre 2005 gli alberghi hanno continuato a perdere quote di mercato in favore dei centri. Perdura quindi un processo caratterizzato dal progressivo spostamento degli eventi dalle sale degli alberghi a sale esterne: gli alberghi utilizzano quindi le nuove sale congressuali che si rendono disponibili sul territorio e riducono il loro impegno nella fornitura di sale destinando i relativi locali all'offerta ricettiva.

**L'attività congressuale negli alberghi e nei centri**



La produzione congressuale riminese (giornate di presenza) si è svolta per il 68% nelle sale congressi dei centri e delle altre strutture congressuali non alberghiere (residenze storiche, cinema e teatri, fiera, centri polivalenti, sale aziendali e aule universitarie) e per il restante 32% nelle sale riunioni degli alberghi.

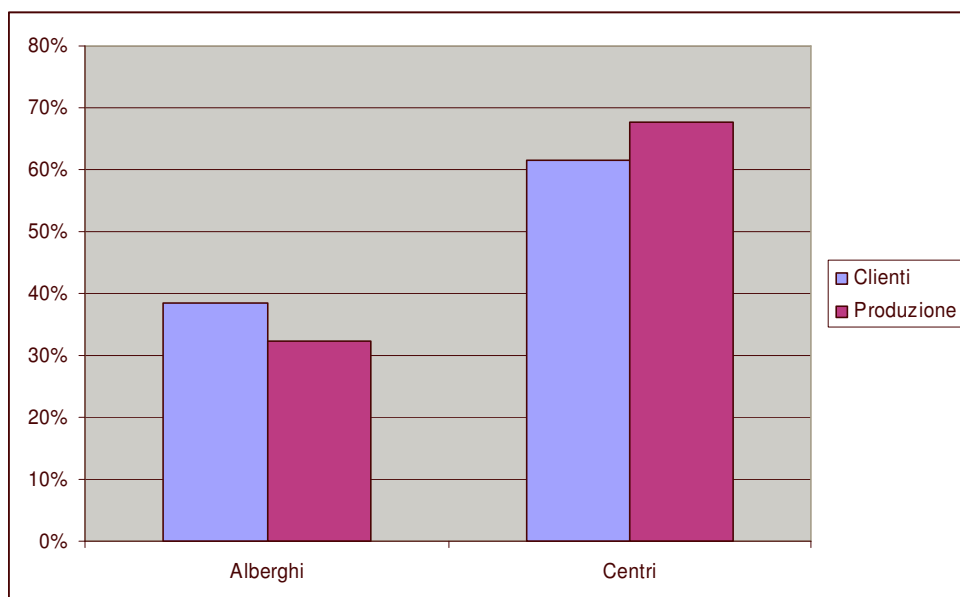
**Tav. 4 Le quote di mercato degli alberghi e dei centri nel 1° semestre 2006**

	<b>Alberghi</b>	<b>Centri</b>
Incontri	38,37%	61,63%
Partecipanti	41,12%	58,88%
Giornate di presenza congressuale	32,24%	67,76%

Le quote di mercato in senso stretto, cioè calcolate sui dati che misurano la produzione e il fatturato congressuale, mettono in evidenza il ruolo centrale dei centri congressi (qualitativo e quantitativo); la quota di mercato dei centri (in termini di produzione realizzata) è superiore alla quota di clienti dei centri poiché questi ultimi ospitano eventi più grandi.

**Le quote di mercato nel sistema congressuale riminese**

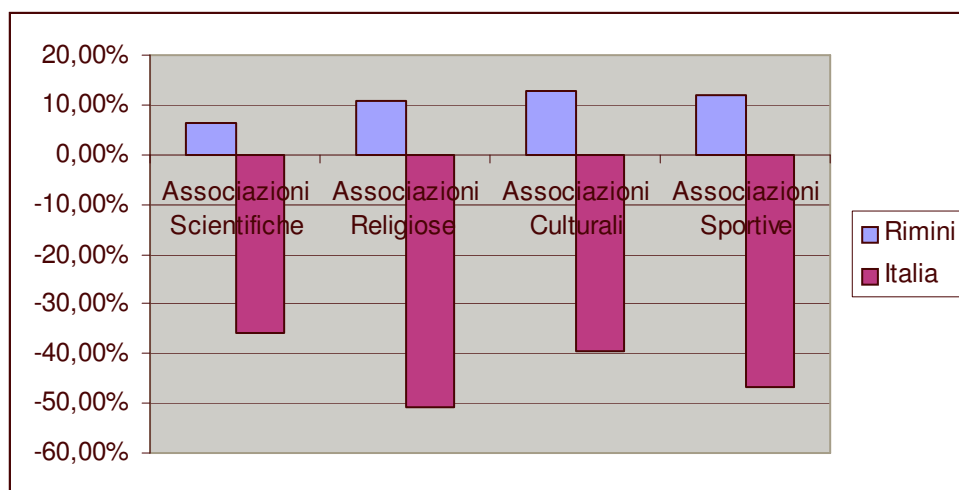
Due misure: numero clienti e % produzione



### 3. La segmentazione del mercato

Le performance del sistema congressuale riminese nel 1° semestre 2006 sono dovute ad un andamento uniformemente positivo in tutti i segmenti e soprattutto alle buone performance nel segmento associativo.

Si tratta di un'interessante novità: la domanda non corporate recupera terreno rispetto alle imprese e, questo risultato è tanto più importante perché ottenuto in un contesto di mercato molto difficile per la flessione della domanda che si verifica, in questi segmenti, a livello nazionale.



Il sistema congressuale riminese raccoglie i primi frutti di un'azione manageriale, di commercializzazione e riposizionamento d'immagine, avviata da tempo, che in un semestre difficile dimostra la sua validità.

#### a) Segmentazione per tipologia di cliente

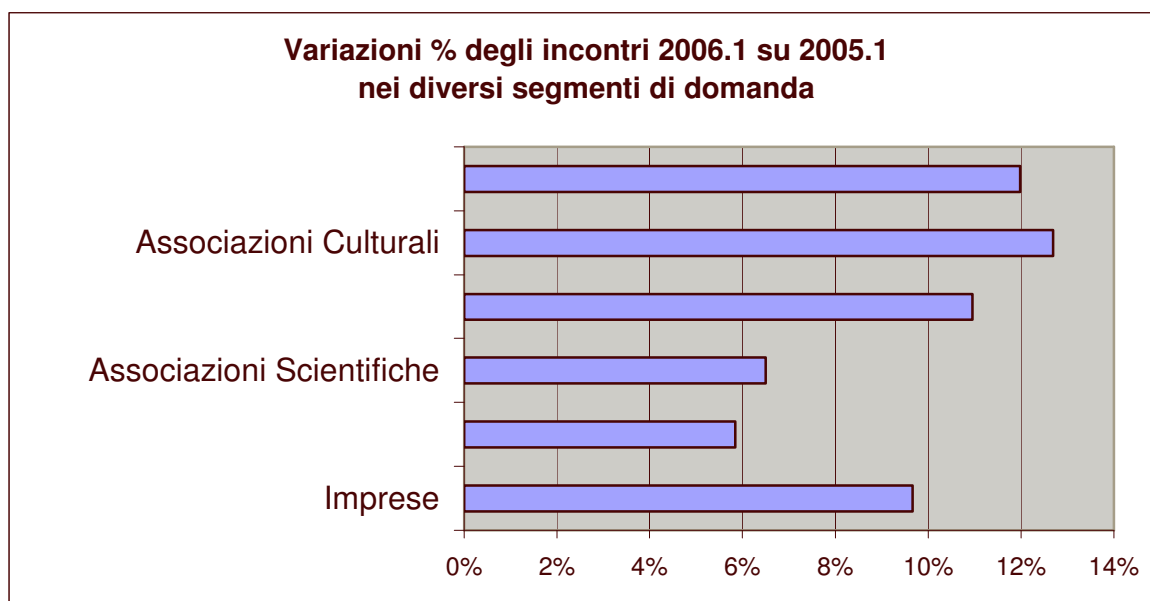
L'analisi del mercato nei singoli segmenti di domanda mette in evidenza le buone performance del sistema congressuale riminese in tutti i segmenti, ma soprattutto in quello associativo che, in diversi segmenti, cresce più della domanda corporate (congressi delle associazioni religiose, culturali e sportive) nonostante la rilevante flessione della domanda che caratterizza questi segmenti in Italia.

**Tav. 5 La domanda sul mercato congressuale riminese**

<b>segmenti</b>	<b>Var. %</b>
Imprese	<b>9,66 %</b>
Sistema politico (enti, partiti, sindacati)	<b>5,84 %</b>
Associazioni scientifiche	<b>6,50 %</b>
Associazioni religiose	<b>10,95 %</b>
Associazioni culturali	<b>12,69 %</b>
Associazioni sportive	<b>11,98 %</b>

Nel primo semestre 2006 gli incontri aziendali crescono, infatti, del 9,66%; il sistema politico (partiti, sindacati ed enti pubblici) aumenta gli incontri organizzati a Rimini del 5,84% (invertendo il dato negativo del 2005) e nelle associazioni tutti i risultati sono positivi, con performance eccellenti per gli incontri sportivi e culturali.

**La domanda sul mercato congressuale riminese**



**b) Segmentazione per provenienza geografica**

L'analisi disaggregata per provenienza degli incontri organizzati a Rimini nel 1° semestre 2006 conferma l'equilibrata crescita per tutte le provenienze e mostra anche un'interessante novità: la ripresa nel segmento internazionale.

## Tav. 6 La provenienza dei congressisti sul mercato congressuale riminese

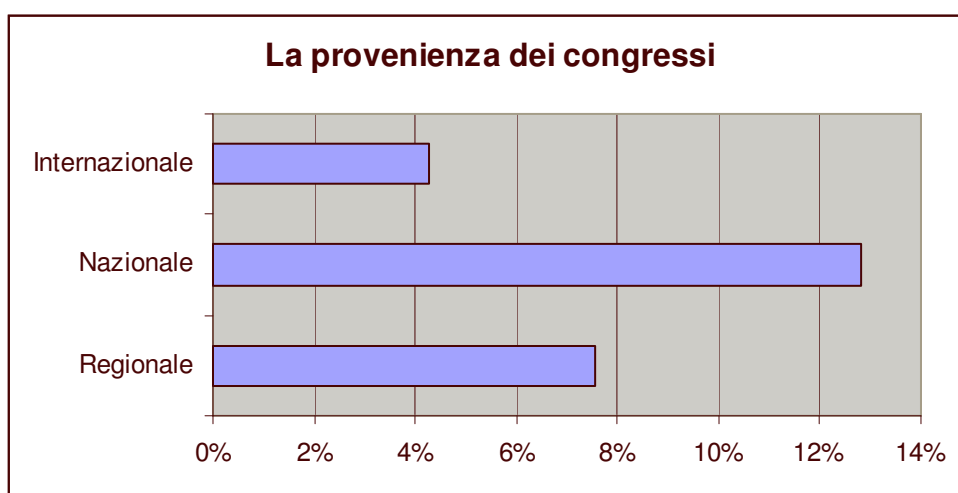
(variazioni 2006.1 su 2005.1)

Provenienza	Var. %
Regionale	<b>7,55 %</b>
Nazionale	<b>12,81 %</b>
Internazionale	<b>4,25 %</b>

Il miglioramento della posizione internazionale dell'Italia nel segmento congressuale è un fenomeno generale che si manifesta anche in altre destinazioni italiane; l'offerta congressuale riminese è competitiva e riesce a cogliere le opportunità di mercato quando, come in questo semestre, si presentano.

### La provenienza dei congressi sul mercato congressuale riminese

(variazioni 2006.1 su 2005.1).



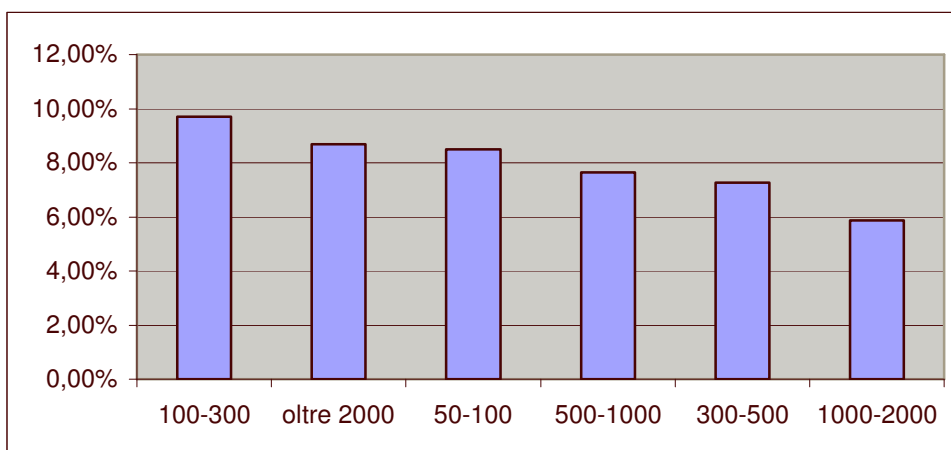
### c) Segmentazione per dimensione dell'evento

L'evoluzione positiva del 1° semestre 2006 è molto interessante anche sul piano dimensionale: crescono soprattutto gli incontri di medie dimensioni (100-300 partecipanti), ed aumentano in misura rilevante anche i mega eventi e i congressi fino a 1.000 partecipanti. Il peso degli incontri da 50 a 100 congressisti si riduce per la prima volta.

**Tav. 7 La dimensione degli incontri nel sistema riminese**

Dimensione degli incontri	Var. %
50-100	<b>8,50 %</b>
100-300	<b>9,70 %</b>
300-500	<b>7,26 %</b>
500-1.000	<b>7,65 %</b>
1.000-2.000	<b>5,86 %</b>
oltre 2.000	<b>8,68 %</b>

**I segmenti dimensionali: in ordine decrescente di tasso di crescita**  
(variazioni 2006.1 su 2005.1)



## **4. Considerazioni finali**

Nel primo semestre del 2006 i comuni della provincia Rimini hanno aumentato la produzione congressuale ed hanno totalizzato circa 1 milione e cento mila giornate di presenze congressuali.

Il risultato positivo è stato ottenuto grazie alla rinnovata competitività dell'offerta che ha vinto la concorrenza in un semestre difficile, caratterizzato da diffusi cali sia nelle altre località turistiche, sia nelle metropoli e nelle città d'arte.

Considerando il contesto nazionale, le aziende riminesi hanno conseguito risultati importanti che vedono protagonisti i centri congressi in cui aumenta sia il numero di clienti, sia la produzione.

Gli investimenti finalizzati alla realizzazione di centri congressi all'esterno degli alberghi si rivela quindi una strategia vincente che assicura risultati positivi all'area riminese anche in periodi di crisi del mercato congressuale.