

Destinazione Milano

Situazione e tendenze del mercato dei congressi e degli eventi nella Città Metropolitana

Milano, 23 marzo 2017 – Dopo i successi del 2015, nell'area metropolitana di Milano il mercato dei congressi e degli eventi mantiene nel 2016 un andamento positivo, con una stabilità del numero di meeting (+0,2% rispetto all'anno precedente) e una crescita del numero sia di partecipanti (+6,8%) sia di presenze (+2,2%), generando complessivamente sul territorio milanese una spesa diretta dei partecipanti e degli organizzatori stimabile in via preliminare in **773 milioni di euro**.

Sono questi in sintesi i principali risultati dello studio condotto per la Borsa Internazionale del Turismo (BIT) dal Laboratorio di Analisi del Mercato Congressuale Internazionale (LAMCI) – iniziativa sviluppata dall'Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore (ASERI) – con l'obiettivo di analizzare la situazione e le tendenze della meeting industry nell'area metropolitana di Milano e che in occasione della nuova BIT 2017 ha anticipato alcuni dei principali risultati.

Lo studio condotto su **349 sedi** per congressi ed eventi presenti sul territorio – con una metodologia analoga a quella che ASERI utilizza nelle rilevazioni per l'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi promosso da Federcongressi&eventi – indica che nel 2016 nell'area metropolitana di Milano sono stati complessivamente realizzati **40.595 eventi** della durata di almeno 4 ore con un minimo di 10 persone ciascuno, per un totale di **3,13 milioni di partecipanti** e **4,37 milioni di presenze**.

Dal confronto con i dati del 2015 – aggiornati per tenere conto di 33 sedi aggiunte alla rilevazione di quest'anno (tra cui 12 alberghi congressuali e 15 sedi istituzionali) – il settore risulta stabile in termini di eventi ospitati (+0,2% rispetto al 2015), ma in crescita rispetto al numero di partecipanti (+6,8%) e di presenze (+2,2%).

Gli **eventi della durata superiore a un giorno** sono stati il 27% del totale e hanno registrato circa 1,3 milioni di partecipanti, mediamente pari a 119 persone per evento, e circa 2,3 milioni di presenze sul territorio.

Anche nel 2016 la maggior parte degli eventi, il 70,5%, si è svolta negli **alberghi congressuali** (il 49,3% di tutte le sedi analizzate) che hanno ulteriormente incrementato il proprio peso all'interno del mercato rispetto al 2015; tali strutture, tuttavia, concentrano percentuali meno elevate di partecipanti (il 36%) e di presenze (il 31,6%): rispetto al 2015 gli alberghi congressuali risultano aver ospitato un numero superiore di eventi di minore durata e con un numero inferiore di partecipanti medi per evento.

Seguono le **sedi istituzionali** (strutture prevalentemente pubbliche come le sedi camerali, i centri culturali, le sedi universitarie, i musei, ecc.) e le **altre sedi** con il 15,8% degli eventi, il 34,2% dei partecipanti e il 33,5% delle presenze. Le **sedi congressuali e fieristico congressuali** concentrano il 3,8% degli eventi (3,9% nel 2015) ma ben il 12,4% di partecipanti e il 17,1% di presenze, mantenendo sostanzialmente invariato il proprio peso all'interno del mercato.



Per quanto riguarda la tipologia di ente promotore, la performance del **segmento associativo** che trova soprattutto nei congressi indispensabili occasioni di crescita, formazione e confronto (si pensi soprattutto ai congressi medico-scientifici) ha subito una flessione rispetto al 2015, rappresentando il 39,8% degli eventi totali (47,3% nel 2015) e il 44,6% dei partecipanti totali (49,8% nel 2015). Il **segmento corporate** appare invece in crescita, concentrando il 55,6% degli eventi totali (43% nel 2015) e il 48,4% dei partecipanti (38,7% nel 2015). In diminuzione il numero di **eventi promossi da enti e istituzioni** che passano dal 9,8% del 2015 al 4,6% del 2016; decresce anche il relativo numero di partecipanti che rappresentano nel 2016 solo il 7% del totale (11,5% nel 2015).

Il contributo della meeting industry al PIL dell'area metropolitana di Milano

L'apporto della meeting industry al Prodotto Interno Lordo dell'area metropolitana di Milano appare considerevole. La spesa complessiva diretta dei partecipanti è stata pari a **652 milioni di euro**, di cui il 65% attribuibile agli eventi a carattere internazionale e il 32% agli eventi nazionali. La spesa diretta degli organizzatori dei congressi e degli eventi, includendo la spesa per il noleggio degli spazi, per gli allestimenti e le tecnologie, per il catering e gli altri servizi, è stata pari a **121 milioni di euro**, di cui oltre il 20% effettuata presso i centri congressi e i centri fieristico congressuali.

Complessivamente quindi il contributo della meeting industry è valutabile in **773 milioni di euro**, pari a circa a un mezzo punto percentuale del PIL.

Investimenti e previsioni di fatturato della meeting industry per il 2017

Le sedi non smettono di **migliorare per essere sempre più competitive sul mercato**. Nel 2016 il 75,6% ha infatti compiuto investimenti, soprattutto per tecnologie (nel 67,6% dei casi), strutture (52,9%), infrastrutture e servizi (35,3%) e risorse umane (20,6%). Il trend è confermato anche per quest'anno: **il 67,4% delle sedi è infatti intenzionata a investire**, soprattutto sul fronte tecnologico.

Per quanto riguarda le previsioni per il 2017, a fronte di un aumento delle tariffe dichiarato da solo il 7,5% delle sedi, quasi la metà dei rispondenti (45,9%) si è detta ottimista circa una probabile **crescita del fatturato**: più in dettaglio, i risultati maggiormente favorevoli sembrano essere attribuiti al catering il cui fatturato è considerato in crescita dal 33,3% delle sedi, seguito dal fatturato derivante dal noleggio di sale e altri spazi, in crescita per il 30,3% dei rispondenti, e dal fatturato per il noleggio di allestimenti e tecnologie (23,1%). Il 52,9% degli alberghi congressuali prevede, inoltre, un aumento del fatturato derivante dal pernottamento dei partecipanti agli eventi.

Il posizionamento internazionale di Milano

Il risultato maggiormente positivo riguarda la crescita del numero di eventi con un numero rilevante di partecipanti provenienti dall'estero, che hanno rappresentato circa il 13,4% del totale dei congressi e degli eventi ospitati, registrando un incremento significativo rispetto al 10,4% ottenuto nel 2015.

Nonostante più della metà degli eventi rimanga locale e i partecipanti (relatori esclusi) provengano dalla medesima regione della sede congressuale ospitante nel 34% dei casi e da una regione del territorio nazionale nel 46% dei casi, la strategia posta in essere da Milano per accrescere il proprio grado di innovazione e di internazionalizzazione – diventando una città più veloce e accessibile, più sostenibile e inclusiva, maggiormente attenta alla qualità del capitale umano – sta apportando effetti positivi anche nell'ambito della meeting industry.

Il monitoraggio condotto dal LAMCI sul posizionamento di Milano nei principali ranking internazionali rispetto all'ambito economico, sociale e culturale mostra, infatti, un miglioramento dell'immagine della città a livello mondiale, che l'ha portata a occupare il 21° posto nel *City RepTrak™: The World's Most Reputable Cities 2016* del Reputation Institute, guadagnando 11 posizioni rispetto alla rilevazione precedente.



Più in dettaglio, il posizionamento di Milano è migliorato con riferimento:

- alla capacità di innovazione, rispetto alla quale Milano si colloca nel 2016 al 29° posto su 500 città mondiali nel *City Innovation Classifications and Rankings 2016–2017* di 2thinknow, guadagnando 20 posizioni rispetto alla rilevazione precedente (49° posto nel 2015);
- al grado di internazionalizzazione, specialmente con riferimento al numero di imprese a partecipazione estera con sede a Milano, pari nel 2015 a 3.029 (il 34% di quelle attive in Italia), e alla presenza di studenti stranieri presso le università, passata dalle 3.700 unità dell'a.a. 2003–04 alle quasi 10.000 dell'a.a. 2014/15 (5,3% del numero complessivo di studenti);
- il livello di sostenibilità, tanto che nel 2016 è rientrata nella classifica mondiale dell'ARCADIS *Sustainable Cities Index 2016*, posizionandosi al 42° posto: Milano risulta debole soprattutto con riferimento alla sostenibilità di tipo economico (con la 57° posizione tra le città globali nello specifico sottoindice che considera aspetti come le infrastrutture di trasporto, il turismo internazionale, la connettività, l'occupazione, lo sviluppo economico, ecc.), mentre rispetto alla sostenibilità ambientale si colloca al 36° posto su 100 città mondiali. Milano è, infatti, la città italiana che dopo Roma ha maggiormente ampliato nel triennio 2011–2014 il proprio verde urbano (1,1 milioni di mq in più), che nel 2014 ha rappresentato il 12,6% del territorio complessivo (contro il 9,5% di Parigi, il 13% di Amsterdam e il 45,1% di Vienna).

Rimane migliorabile l'immagine che Milano detiene rispetto alla qualità e al costo della vita. Nel ranking appena uscito *Quality of Living Survey 2017* di Mercer, infatti, Milano mantiene, come nel 2016 e 2015, la 41° posizione su 231 città a livello mondiale, al di sotto del posizionamento di città europee competitor a livello turistico e congressuale come Vienna al 1° posto, Amsterdam al 12° e Parigi al 38°.

Con riferimento al costo della vita, Milano viene classificata a marzo 2016 da Mercer nel *Cost of Living Survey* come la 50° città più cara su 209 città mondiali, superata comunque a livello europeo da Zurigo (al 3° posto), Ginevra (8°), Londra (17°), Copenhagen (24°), Parigi (44°) e Dublino (47°).

Tuttavia occorre considerare, facendo riferimento ai costi maggiormente attinenti all'ambito turistico, che durante il 2016 secondo *I'HR'S Hotel Price Radar 2016* il prezzo medio di una camera d'hotel a Milano è diminuito del 10,9% rispetto al 2015, contro gli incrementi per esempio di Barcellona (+4,4%), Stoccolma (+10,4%) e Copenhagen (+7,6%) e i decrementi più ridotti di Londra (-9%), Parigi (-4,3%) e Amsterdam (-1,5%). Più in dettaglio, secondo *l'Italian Hotel Monitor* di Trademark Italia, il prezzo medio di una camera di hotel è diminuito del 5,7% nella categoria *Upscale* e del 2,8% nella categoria *Midscale*, mentre è aumentato dell'1,9% nella categoria *Luxury*.

Il posizionamento di Milano nell'ambito turistico

Notevoli i progressi nel settore turistico, che tra il 2014 e il 2015 ha visto l'incremento del 5,8% del numero di letti di hotel a Milano.

Nel 2015 Milano si è collocata al 23° posto su 100 città mondiali per numero di arrivi di turisti stranieri nel *Top 100 City Destinations Ranking 2017* di Euromonitor International e al 14° posto a livello mondiale (8° in Europa) per la spesa dei visitatori stranieri (4,6 miliardi di dollari USA) nel *Global Destination Cities Index 2016* di Mastercard.

È interessante rilevare come Milano sia una delle città che secondo Oxford Economics presenta i maggiori tassi previsti di crescita del numero di pernottamenti dei turisti stranieri nel periodo 2016–2020, il 3,8% contro il 3,3% di Parigi.

Per quanto riguarda in modo specifico il settore congressuale, nel periodo 2010–2015 Milano è stata la città che tra le maggiori città europee ha registrato la maggiore crescita del numero di eventi ICCA (+22,3%) e dei relativi partecipanti (+23,6%).