

# OSSERVATORIO ITALIANO dei Congressi e degli Eventi

## RAPPORTO 2014

SINTESI



OICE è un progetto di ricerca  
promosso da:

**FederCongressi**  
Associazione nazionale delle imprese pubbliche, private  
e dei Professionisti della meeting industry italiana **& eventi**

e realizzato da:

UNIVERSITÀ CATTOLICA del Sacro Cuore  
 **ASERI**  
ALTA SCUOLA DI ECONOMIA  
E RELAZIONI INTERNAZIONALI

L'Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi (OICE) è un progetto di ricerca promosso da:



e realizzato da:



### **Gruppo di Lavoro ASERI - Università Cattolica**

Roberto Nelli

Paola Bensi

Alessandra Carminati

### **Gruppo di Lavoro Federcongressi&eventi**

Alan Pini - *Teknocongress, Coordinatore*

Gabriella Gentile - *Meeting Consultants*

Gabriella Ghigi - *Meeting Consultants*

### **Supporto operativo**

*Segreteria Federcongressi&eventi*

### **Federcongressi&eventi ringrazia per la collaborazione**

Meeting e Congressi

Agenzia In Liguria

APT Emilia Romagna

Camera di Commercio Monza e Brianza

Genova Convention Bureau

Meeting Planner - Bari

Regione Lombardia

Sicilia Convention Bureau

Sviluppo Piemonte Turismo

Toscana Promozione

Turismo Friuli Venezia Giulia

Valle d'Aosta Convention Bureau

*L'industria dei congressi e degli eventi è un segmento importante del turismo italiano che, oltre alla redditività dei suoi prodotti, gli eventi appunto, riveste un ruolo di rilievo per la crescita del territorio. Si stima che i grandi congressi generino una ricaduta economica pari a sei volte il valore dei ricavi e che contribuiscano a diffondere a livello globale la visibilità e la reputazione della città ospitante. Il turismo congressuale consente inoltre di destagionalizzare i flussi turistici e di ampliare le attività complementari dell'offerta turistica leisure, amplificando i ritorni diretti e indiretti.*

*Anche se, in altri Paesi, sono generalmente gli Enti governativi ed istituzionali che effettuano indagini specifiche sulla nostra industria, Federcongressi&eventi – organizzazione senza fine di lucro, nata nel 2004 per rappresentare gli operatori pubblici e privati attivi nella Meeting Industry – ha deciso di avviare un'indagine periodica sui congressi e sugli eventi in Italia, per raccogliere quelle informazioni indispensabili per conoscere l'andamento del settore, programmare investimenti adeguati, orientare le attività di promozione e comprendere le tendenze della domanda straniera.*

*Scopo dell'**Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi (OICE)** è il monitoraggio di tutti i tipi di convegni e di eventi che si organizzano nel nostro Paese: congressi, convention, incentive, lanci di prodotto e riunioni di ogni tipo promosse da associazioni, aziende, partiti, sindacati, enti di tutti i generi. Le informazioni di questa prima edizione, relativa al 2014, riguardano il numero e la durata degli eventi, la tipologia dei committenti, la provenienza dei partecipanti, il ruolo delle agenzie. Dalle prossime edizioni la ricerca si arricchirà di ulteriori informazioni, evidenziando gli aspetti economici del comparto e verrà presentata entro i primi mesi dell'anno, così da ridurre al minimo il lasso di tempo dal periodo cui essa si riferisce.*

*L'incarico di realizzarla è stato affidato ad ASERI, Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore: una scelta determinata dalla significativa competenza ed esperienza di questa Scuola nell'analisi dell'offerta congressuale in Europa.*

*L'indagine si basa su un questionario online inviato ai responsabili delle strutture: alberghi, centri congressi, centri fieristici, dimore storiche, sedi istituzionali e non convenzionali, anche se non esclusivamente dedicate agli eventi.*

*La ricerca ci consegna da un lato dati indubbiamente positivi, con un numero complessivo di eventi realizzati l'anno scorso che supera le 300mila unità e oltre 25 milioni di partecipanti, dall'altro dipinge il quadro di un'industria frammentata e non omogeneamente distribuita sul territorio nazionale, con circa la metà delle sedi congressuali dislocata al nord. L'Osservatorio inoltre, ci indica ampi spazi di miglioramento: basti pensare che il 60% degli eventi tenutisi nel 2014 in Italia ha avuto un ambito strettamente locale.*

*A tal proposito, desidero ricordare che nel 2014 Federcongressi&eventi ha costituito, insieme a Confesercenti-Assoturismo, Confturismo-Confcommercio, Federalberghi e Federturismo-Confindustria, il Convention Bureau Italia, organismo privato nato con l'obiettivo di promuovere la Destinazione Italia a livello nazionale e soprattutto internazionale.*

*Tutte queste iniziative, l'avvio dell'OICE e la nascita del CBI, sono gli strumenti che la nostra Associazione ha messo in atto per sostenere la ripresa di competitività del nostro settore, che soffre da tempo l'agguerrita concorrenza delle grandi destinazioni congressuali estere, per sottolineare ancora una volta il valore dell'attività congressuale e dei benefici che da essa derivano in termini di sviluppo economico del nostro Paese.*

*Desidero quindi ringraziare quanti si sono prodigati per la realizzazione di questa importante ricerca che, come tutte le "prime volte", ha presentato non poche difficoltà: i Professori Roberto Nelli e Paola Bensi dell'Università Cattolica del Sacro Cuore, la casa editrice Ediman che ha concesso l'utilizzo della propria banca dati e i nostri Soci Alan Pini, Gabriella Gentile e Gabriella Ghigi che hanno messo generosamente a disposizione dell'Associazione il proprio tempo e la propria professionalità.*

Mario Buscema

Presidente

Federcongressi&eventi





## IL MERCATO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI IN ITALIA NEL 2014

---

Il settore dei congressi e degli eventi rappresenta un importante comparto produttivo dell'economia italiana, che negli ultimi anni ha compensato le flessioni della domanda nei segmenti maturi dell'offerta turistica, contribuendo in misura significativa allo sviluppo delle economie locali.

Nonostante il generale consenso sui benefici culturali, sociali ed economici che il settore esercita sulla destinazione ospitante, è mancata negli ultimi anni in Italia una rilevazione statistica delle attività svolte dai diversi operatori.

Per questo motivo *Federcongressi&eventi* – organizzazione senza fine di lucro che rappresenta gli operatori pubblici e privati che svolgono attività connesse con il settore dei congressi e degli eventi – in assenza di iniziative istituzionali, ha promosso l'*Osservatorio Italiano dei Congressi e degli Eventi*, progetto di ricerca realizzato da *ASERI-Alta Scuola in Economia e Relazioni Internazionali* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Scopo del progetto di ricerca è il monitoraggio continuativo di tutti i tipi di eventi organizzati in Italia (congressi di associazioni, convention, incentive, lanci di prodotto e riunioni varie promosse da aziende, da partiti, sindacati ed enti di ogni genere), al fine di fornire una descrizione accurata delle dimensioni, delle caratteristiche e delle tendenze del settore, che possa contribuire a indirizzare strategie e investimenti adeguati.

## SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI

---

La rilevazione effettuata con riferimento all'attività svolta nel 2014 presso le diverse tipologie di sedi presenti sul territorio nazionale, per un totale di 5.786 sedi contattate, ha consentito di giungere a effettuare una stima del mercato dei congressi e degli eventi rispetto sia alle quattro aree geografiche nelle quali viene usualmente suddivisa l'Italia, sia alle diverse tipologie di sedi che offrono gli spazi e i servizi per realizzare gli eventi stessi.

Dalla ricerca è emerso che nel 2014 in Italia sono stati complessivamente realizzati **308.912 eventi** (con un minimo di 10 partecipanti ciascuno), per un totale di **25.534.011 partecipanti** e di **38.237.617 presenze**.

Con riferimento ai valori per evento, la durata media è risultata pari a **1,5 giorni**, senza differenze significative per area geografica, e il numero medio di partecipanti è pari a **83 persone per evento**.

**308.912**  
EVENTI REALIZZATI

**25.534.011**  
PARTECIPANTI

**38.237.617**  
PRESENZE

## L'ANALISI DELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI CLIENTI

---

La natura degli eventi ospitati è stata approfondita facendo riferimento ai dati forniti dalle sedi che hanno partecipato alla ricerca compilando in modo completo il questionario utilizzato per la rilevazione dei dati.

Dall'analisi emerge che il 60% del totale degli eventi ospitati in Italia nel 2014 (e il 56% dei partecipanti complessivi) ha avuto un ambito di riferimento **locale**, ovvero con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente

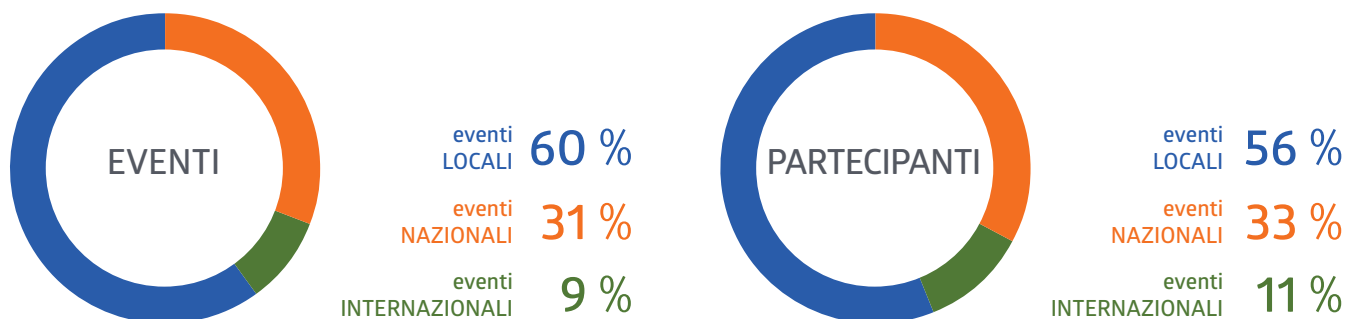
dalla stessa regione dove è ubicata la sede congressuale; il 31% degli eventi (e il 33% dei partecipanti totali) ha avuto un orizzonte **nazionale**, ossia con partecipanti, esclusi i relatori, provenienti prevalentemente da fuori regione; il 9% degli eventi (e l'11% dei partecipanti totali) è risultato classificabile come **internazionale**, avendo partecipanti provenienti in numero significativo dall'estero.

Inoltre, gli eventi promossi da associazioni, aziende e istituzioni hanno rappresentato nel loro insieme il 77,3% degli eventi totali, mentre è apparso residuale il numero di mostre ed esposizioni escluse le fiere (il 3,6%) e di altri eventi (19,1%).

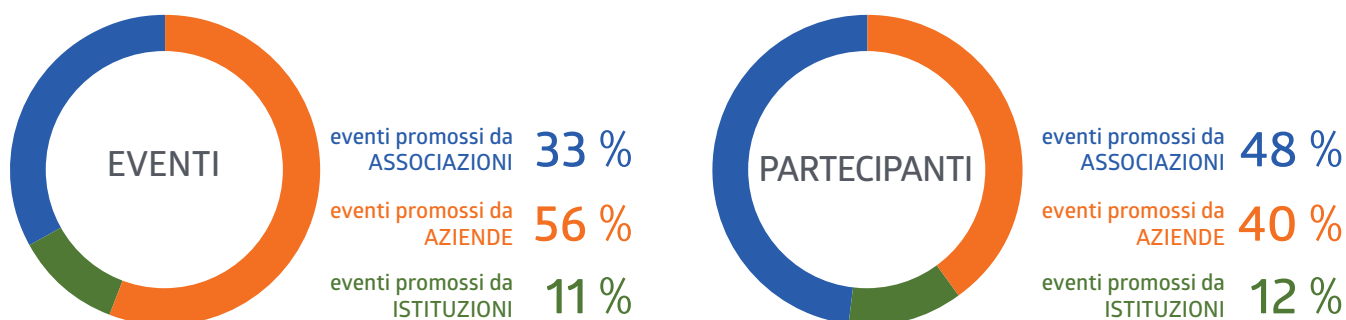
Considerando come totale il numero di eventi sui quali si focalizza maggiormente il settore (escludendo cioè le mostre e gli altri eventi) ed esaminando la natura dell'ente promotore risulta che:

- gli eventi promossi da **associazioni** hanno rappresentato complessivamente il 33% degli eventi, il 48% dei partecipanti totali e il 50% delle presenze;
- gli eventi promossi da **aziende** hanno concentrato il 56% degli eventi svoltisi in Italia, il 40% dei partecipanti e il 38% delle presenze;
- gli eventi promossi da **enti e istituzioni** di tipo governativo, politico, sindacale e sociale hanno costituito l'11% degli eventi totali, il 12% dei partecipanti e il 12% delle presenze.

## Gli eventi e i partecipanti a seconda della provenienza geografica dei PARTECIPANTI (escluse mostre e altri eventi)



## Gli eventi e i partecipanti a seconda della tipologia di CLIENTE (escluse mostre e altri eventi)



## L'ANALISI PER AREA GEOGRAFICA

Dei 308.912 **eventi** rilevati in Italia il 57,5% si è svolto al Nord, il 26,1% al Centro e il 16,4% nel Sud e nelle Isole.

Con riferimento ai 25.534.011 **partecipanti**, la percentuale maggiore è stata registrata al Nord (il 61,7%), seguito dal Centro (27,1%), mentre il Sud e le Isole hanno ospitato l'11,2% dei partecipanti totali. Il Nord si contraddistingue per un numero di partecipanti per evento (pari a 89) superiore alla media nazionale.

La **durata complessiva** degli eventi è stata su tutto il territorio nazionale pari a 408.764 giornate, di cui il 54,7% nel Nord, il 27,9% nel Centro e il 17,4% nel Sud e nelle Isole.

### Il numero di eventi, partecipanti, giornate e presenze registrati in Italia nel 2014 per AREA GEOGRAFICA

	Eventi		Partecipanti		Giornate		Presenze	
	N.	%	N.	%	N.	%	N.	%
Nord	177.554	57,5%	15.759.246	61,7%	223.652	54,7%	23.411.982	61,2%
Centro	80.562	26,1%	6.906.483	27,1%	114.054	27,9%	10.493.383	27,4%
Sud	27.935	9,0%	1.810.044	7,1%	39.060	9,6%	2.776.859	7,3%
Isole	22.861	7,4%	1.058.238	4,1%	31.998	7,8%	1.555.393	4,1%
<b>Totale</b>	<b>308.912</b>	<b>100,0%</b>	<b>25.534.011</b>	<b>100,0%</b>	<b>408.764</b>	<b>100,0%</b>	<b>38.237.617</b>	<b>100,0%</b>

Le 38.237.617 **presenze** rilevate in Italia sono distribuite per il 61,2% nel Nord, per il 27,4% nel Centro e per l'11,4% nel Sud e nelle Isole.

Con riferimento alla **distribuzione delle sedi sul territorio nazionale** è possibile rilevare che la metà delle sedi è dislocata al Nord (il 50,3%), il 27,7% al Centro, il 14% al Sud e l'8% nelle Isole.

La presenza di sedi per eventi sul territorio appare particolarmente frammentata; infatti, dei 2.108 comuni italiani, che dispongono di almeno una sede, il 62,4% presenta un'unica sede, il 16,8% due sedi, l'11,1% 3 o 4 sedi, il 6,5% da 5 a 9 sedi e solo il 3,3% almeno 10 sedi. A fronte di tale frammentazione, tuttavia, si riscontrano 22 città con almeno 20 sedi che, pur rappresentando solo l'1% del totale delle città considerate, concentrano ben il 25,7% delle sedi italiane. Tra queste tre dispongono di più di 100 sedi: Roma con 423 sedi (pari al 7,3% del totale), Milano con 215 sedi (3,7%) e Firenze con 113 sedi (2%).



● La distribuzione delle sedi sul territorio italiano

## L'ANALISI PER TIPOLOGIA DI SEDE

In Italia l'attività dei congressi e degli eventi presenta differenze significative a seconda sia della capacità massima complessiva delle sedi - tanto che le sedi con una capacità complessiva di almeno 1.000 posti hanno concentrato oltre il 40% dei partecipanti registrati in Italia nel 2014 -, sia della tipologia di sede nella quale sono stati ospitati gli eventi.

Gli **alberghi congressuali**, che rappresentano il 70,9% di tutte le sedi analizzate, concentrano nel loro insieme la maggior parte degli eventi (il 76,3% del totale), pur realizzando una percentuale non altrettanto elevata di partecipanti (il 46,4%) e di presenze (37,7%). Con riferimento alla provenienza geografica dei partecipanti, gli alberghi totalizzano l'11,3% dei propri partecipanti negli eventi di tipo internazionale; rispetto, inoltre, alla tipologia di clienti rappresentano la tipologia di sede in cui gli eventi promossi da aziende costituiscono la più alta percentuale sul totale degli eventi ospitati.

ALBERGHI  
CONGRESSUALI

I **centri congressi**, che rappresentano il 2,1% delle sedi analizzate, hanno realizzato il più elevato numero medio di eventi per sede (133) venendo a rappresentare rispetto al totale a livello nazionale il 5,1% del numero di eventi, il 13,3% dei partecipanti e, grazie a una durata degli eventi mediamente superiore (1,9 giorni per evento), il 16,6% delle presenze totali. Nei centri congressi gli eventi associativi costituiscono il 52,1% degli eventi e ben il 61,3% dei partecipanti totali e i delegati internazionali arrivano a costituire il 15,4% del totale dei partecipanti. Dal punto di vista strutturale presentano mediamente una capacità complessiva di 1.329 posti per sede, una capacità della sala più grande di 609 posti, una superficie espositiva coperta di 2.309 mq per sede e una capacità a buffet media di 763 persone per sede; inoltre, rispetto alle altre tipologie di sedi, si caratterizzano per il maggior numero medio di sale (8,2 spazi per sede).

CENTRI  
CONGRESSI

Le **sedi fieristico congressuali**, che rappresentano lo 0,7% delle sedi analizzate, hanno ospitato lo 0,8% degli eventi totali e, grazie a un valore particolarmente elevato di partecipanti medi per evento (761,3), il 6,5% dei partecipanti; inoltre sono state sede di eventi con una durata superiore alla media nazionale (1,86 giorni per evento), realizzando così il 9,4% delle presenze totali. La provenienza dei partecipanti ospitati dalle sedi fieristico congressuali risulta di tipo nazionale nel 53% dei casi e estera nell'11% dei casi. Le sedi fieristico congressuali si concentrano nel 69,2% dei casi al Nord, con l'Emilia Romagna che ne detiene il 20,5%; seguono la Lombardia con il 17,9% e il Veneto con il 12,8%. Tali sedi si caratterizzano per la maggiore capacità complessiva (in media 4.136 posti per sede), per la maggiore superficie espositiva coperta (26.816 mq medi per sede) e anche per la maggiore capacità a buffet (2.318 posti medi per sede).

SEDI FIERISTICO  
CONGRESSUALI



Le **dimore storiche non alberghiere** (abbazie, castelli, antiche locande e casali, castelli, palazzi storici, ville, ecc.) – che rappresentano il 12,7% delle sedi considerate e sono presenti soprattutto in Lombardia (nel 17% dei casi), nel Lazio (16,9%) e in Toscana (11,2%) – hanno ospitato il 6,5% degli eventi, il 6,9% dei partecipanti e il 7,7% delle presenze totali.

## DIMORE STORICHE

Le altre sedi (sedi istituzionali, spazi non convenzionali, arene e centri sportivi, teatri, cinema e auditori), che rappresentano il 13,7% delle sedi considerate, hanno ospitato l'11,3% degli eventi, il 26,9% dei partecipanti e il 28,6% delle presenze.

Al loro interno i risultati migliori sono stati ottenuti dalle **sedi istituzionali** e dagli **altri spazi** per eventi (edifici pubblici, centri culturali, sedi universitarie, sedi camerali, centri studi, accademie, musei, sale di istituti ospedalieri, ecc.), che hanno ospitato il 5,5% degli eventi totali, il 9,4% dei partecipanti e l'11% delle presenze nazionali. L'attività di tali sedi sembra essere concentrata sugli eventi locali, che realizzano il 77% del numero totale di partecipanti ospitati, e sugli eventi promossi da enti e istituzioni. Dal punto di vista strutturale tali sedi presentano una capacità piuttosto ridotta: infatti, considerando l'insieme delle sale utilizzabili per meeting, il 24,7% delle sedi istituzionali e degli altri spazi per eventi può ospitare non più di 100 persone e il 35,2% dalle 101 alle 250 persone.

## SEDI ISTITUZIONALI E ALTRI SPAZI

Gli **spazi non convenzionali** (sedi aziendali, parchi divertimenti, ristoranti, centri commerciali, stabilimenti termali, luoghi di enti religiosi, tenute agricole, ecc), che rappresentano il 4,7% delle sedi considerate, hanno realizzato il 3,2% degli eventi e l'8% dei partecipanti. Queste sedi concentrano più delle altre la propria attività sugli eventi promossi da aziende, tanto che i partecipanti degli eventi corporate costituiscono ben il 76,5% del numero totale di partecipanti ospitati nell'anno. Dal punto di vista strutturale gli spazi non convenzionali, situati nel 61,5% al Nord, si caratterizzano per il minor numero medio di sale per sede (2,5) e per la superficie espositiva coperta più estesa dopo le sedi fieristico congressuali (5.277 mq per sede).

## SPAZI NON CONVENZIONALI

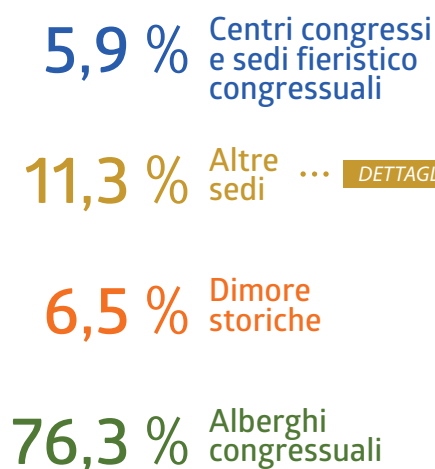
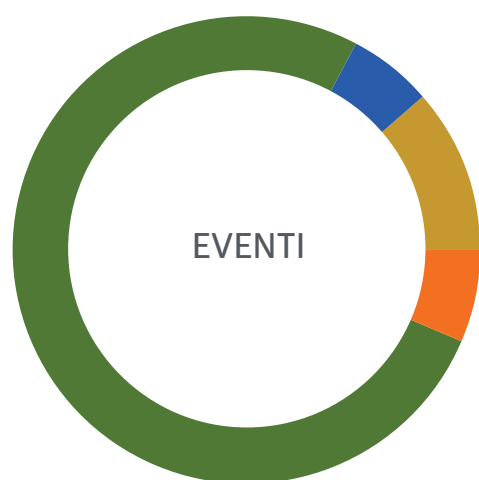
Le **arene** e i **centri sportivi**, che rappresentano lo 0,6% delle sedi analizzate, hanno ospitato lo 0,6% degli eventi e il 5,6% dei partecipanti totali, grazie a un valore dei partecipanti medi per evento (781,9) che risulta essere il più elevato tra le diverse tipologie di sedi considerate. Dal punto di vista strutturale le arene, collocate nel 74,3% dei casi nel Nord, si distinguono per una capacità massima molto elevata, con un 8,8% che può offrire in totale più di 10.000 posti.

## ARENE CENTRI SPORTIVI

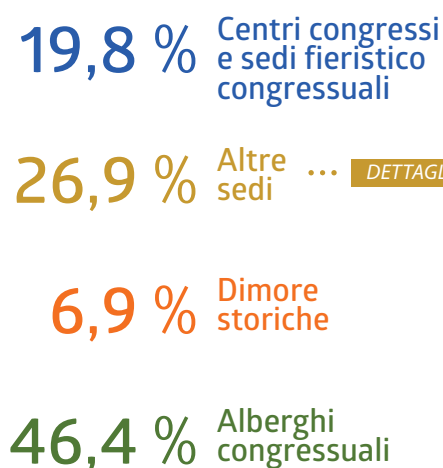
Infine, i **teatri, cinema e auditori**, che rappresentano il 2,9% delle sedi analizzate e si collocano nel 78,1% dei casi al Nord, hanno ospitato il 2% degli eventi, il 3,9% dei partecipanti e il 3,3% delle presenze totali.

## TEATRI, CINEMA AUDITORI

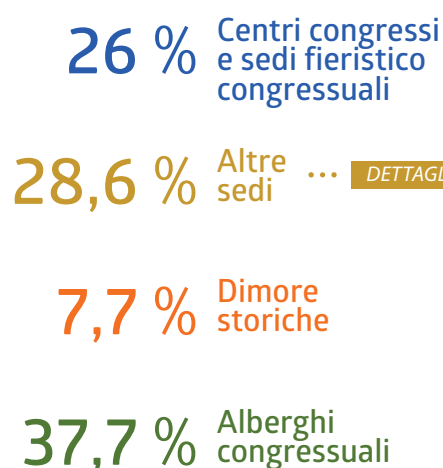
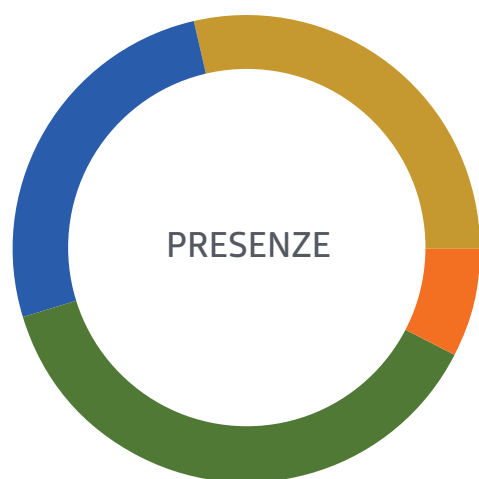
## Gli EVENTI per tipologia di sede



## I PARTECIPANTI per tipologia di sede



## Le PRESENZE per tipologia di sede

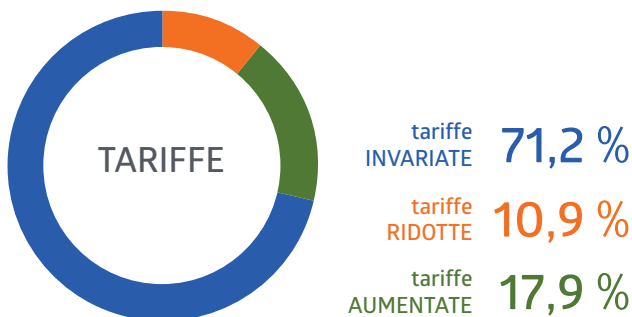


## TARIFFE E PREVISIONI DI FATTURATO

La maggior parte delle sedi rispondenti (ben il 71,2%) ha dichiarato di non aver modificato nel 2015 le proprie **tariffe** rispetto al 2014, con differenze statisticamente significative in base alla tipologia di sede: gli alberghi a cinque e quattro stelle che hanno partecipato alla ricerca sono le sedi che più delle altre hanno dichiarato (rispettivamente nel 50% e nel 21,5% dei casi) di aver aumentato nel 2015 le proprie tariffe; le sedi fieristico congressuali costituiscono la tipologia di sede che in percentuale maggiore (nel 90% dei casi) ha dichiarato di averle lasciate invariate, mentre i centri congressi quella che in percentuale maggiore ha dichiarato (nel 15,6% dei casi) di averle diminuite.

Con riferimento al **fatturato** previsto per il 2015, le sedi rispondenti, senza differenze statisticamente significative per tipologia di sede, hanno espresso nella metà dei casi ottimismo circa una probabile crescita.

### Le POLITICHE TARIFFARIE del 2015 rispetto al 2014



### L'ANDAMENTO DEL FATTURATO nel 2015 rispetto al 2014



## GLI EVENTI CONTRATTUALIZZATI DALLE AGENZIE

Il 26% degli eventi ospitati nel 2014 dalle sedi rispondenti è stato contrattualizzato da un'agenzia, con differenze statisticamente significative per tipologia di sede: il ricorso a un'agenzia risulta infatti maggiore presso gli alberghi congressuali (nei quali ha riguardato il 31,2% degli eventi) e presso le dimore storiche (22%).

## CONCLUSIONI

Dalla ricerca emerge chiaramente l'importanza che il mercato dei congressi e degli eventi riveste per l'economia italiana in termini di ricchezza di infrastrutture e di volume di attività. Questa indagine costituisce la prima fase di un più ampio progetto di ricerca che intende approfondire la conoscenza sia delle caratteristiche delle sedi operanti in Italia, sia dell'impatto che l'attività dei diversi operatori ha sul territorio in termini economici. I dati attualmente forniti possono già offrire uno spunto di riflessione per le imprese che operano nel settore e costituire una base conoscitiva di partenza per delineare le strategie di sviluppo dei territori e le politiche necessarie a migliorare la competitività del sistema delle infrastrutture.

## NOTA METODOLOGICA

---

La raccolta dei dati è avvenuta nel periodo dal 29 giugno 2015 al 19 ottobre 2015 e si è avvalsa di un questionario distribuito online a 5.786 sedi congressuali operanti nel settore, individuate attraverso un database messo a disposizione da FederCongressi&eventi.

Le sedi rispondenti non risultano essere statisticamente differenti da quelle non rispondenti con riferimento al numero complessivo di posti offerti.

Le risposte ottenute sono in grado di rappresentare in modo statisticamente significativo l'universo di riferimento rispetto alla capacità massima complessiva delle diverse tipologie di sedi a un livello di probabilità del 95% e un errore massimo ammesso del 12%.

## FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA:

per il determinante supporto

### MEETING E CONGRESSI

Meeting e Congressi è la più autorevole e riconosciuta testata d'informazione della meeting e incentive industry italiana. Con rivista e sito web informa e aggiorna tutti i professionisti che organizzano eventi sui trend di mercato e sull'evoluzione dell'offerta di location, destinazioni e servizi.

[www.mconline.it](http://www.mconline.it)

MEETING &  
CONGRESSI

per il contributo



### BOLOGNA CONGRESSI

Pionieri della Meeting Industry, 40 anni di esperienza e 3 sedi. Bologna Congressi con il prestigioso Polo Congressuale, è l'interlocutore unico in grado di offrire una consulenza a 360 gradi in ogni fase progettuale dell'evento. Un team dinamico e flessibile propone servizi di qualità, soluzioni creative su misura e tutti i servizi di accoglienza.

[www.bolognacongressi.it](http://www.bolognacongressi.it)



### CENTRO CONGRESSI DI RIVA DEL GARDA

Il Centro Congressi di Riva del Garda è caratterizzato da una straordinaria vista sul lago, ha una superficie di 6.100 mq e grazie alla propria modularità è adatto ad ospitare qualsiasi tipo d'evento. 14 sale meeting, tra le quali una sala plenaria da 900 posti e un'area polivalente da 2.700 mq.

[www.rivadelgardafierecongressi.it](http://www.rivadelgardafierecongressi.it)



### CENTRO CONGRESSI VERONAFIERE

Il Centro Congressi Veronafiere è una struttura funzionale e confortevole in grado di accogliere i più diversi eventi: dal congresso medico scientifico alla convention aziendale, dal concerto alla mostra convegno. Versatilità degli spazi, flessibilità e qualità nei servizi sono gli elementi fondamentali dell'offerta congressuale di Veronafiere: tanti spazi, città unica!

[www.veronacongressi.it](http://www.veronacongressi.it)



### CONVENTION BUREAU DELLA RIVIERA DI RIMINI

Convention Bureau della Riviera di Rimini, Business Unit Congressuale di Rimini Fiera Spa promuove la provincia di Rimini come destinazione congressuale e gestisce il Palacongressi di Rimini, una delle strutture più versatili, eleganti e all'avanguardia d'Italia con 9000 posti in 39 sale da 20 a 4700 sedute.

[www.riminiconvention.it](http://www.riminiconvention.it)



PORTO ANTICO DI GENOVA  
CENTRO CONGRESSI

### CONVENTION BUREAU GENOVA PORTO ANTICO CENTRO CONGRESSI

Dal 1998 Convention Bureau Genova è il referente istituzionale per chi intende organizzare un evento a Genova e rappresenta il punto di riferimento del sistema congressuale. Il socio Porto Antico di Genova Centro Congressi, con l'Auditorium da 1.480 posti, rappresenta l'eccellenza congressuale della destinazione.

[www.cbgenova.it](http://www.cbgenova.it) - [www.portoantico.it](http://www.portoantico.it)

### CWT MEETINGS & EVENTS

CWT Meetings & Events è la divisione di Carlson Wagonlit Travel specializzata nell'organizzazione di meeting ed eventi a tutto tondo. Presente in 68 Paesi del mondo, con 1.400 professionisti, e da oltre 40 anni in Italia, CWT M&E offre consulenza per organizzare eventi efficaci e a elevato ROI.

[www.cwt-meetings-events.com](http://www.cwt-meetings-events.com)

### FIDENZA VILLAGE

Fidenza Village è la perfetta combinazione tra business e shopping esclusivo, in una nuova destinazione per eventi. A metà strada tra Milano e Bologna, consente di organizzare una giornata di business diversa in spazi dedicati, trasformandola in un momento indimenticabile tra oltre 100 boutique del Made in Italy e brand di lusso.

[www.fidenzavillage.com](http://www.fidenzavillage.com)

### FIRENZE FIERA CONGRESS & EXHIBITION CENTER

Spettacolarità, versatilità delle strutture e servizi tecnologici di ultima generazione sono le carte vincenti di Firenze Fiera - Congress & Exhibition Center. Ne fanno parte la Fortezza da Basso, il Palazzo dei Congressi e il Palazzo degli Affari, situati nel cuore vivo di Firenze, capitale europea della meeting & incentive industry.

[www.firenzefiera.it](http://www.firenzefiera.it)

### HOLIDAY INN ROME EUR PARCO DEI MEDICI

Completamente ristrutturato, Holiday Inn Rome Eur Parco dei Medici si candida come perfetta location per meeting ed eventi con 317 camere completamente rinnovate, 18 sale meeting da 5 a 600 pax, ristorante, veranda, ampi spazi esterni, piscina, parcheggio, shuttle bus per FCO e metro Eur Magliana.

[www.holidayinn.com/rome-parcoi](http://www.holidayinn.com/rome-parcoi)

### TURISMO TORINO E PROVINCIA CONVENTION BUREAU

Turismo Torino e Provincia Convention Bureau è il referente unico per chi vuole realizzare un evento a Torino e il trait d'union con il sistema congressuale locale.

Il suo staff di professionisti assiste gratuitamente PCO, incentive house e meeting planners, preparando le candidature, ricercando le sedi, formulando preventivi e organizzando sopralluoghi.

[convention.turismotorino.org](http://convention.turismotorino.org)

CWT  
Meetings&Events



FEDERCONGRESSI&EVENTI RINGRAZIA:

per il determinante supporto

**MEETING &  
CONGRESSI**

per il contributo



MEETING IDEAS  
/// // // // //



Riva del Garda®  
Fierecongressi



CENTRO CONGRESSI  
VERONAFIERE  
the • conference • house



PORTO ANTICO DI GENOVA  
CENTRO CONGRESSI

CWT  
Meetings&Events



FEDERCONGRESSI&EVENTI

P.le Konrad Adenauer, 8  
00144 Roma

Tel: 06 89.71.48.05 - Fax: 06 59.22.649

federcongressi@federcongressi.it  
[www.federcongressi.it](http://www.federcongressi.it)