Milano capitale italiana del turismo congressuale: lo rivela uno studio condotto per Bit 2017

Milano capitale italiana del **turismo congressuale** e di affari. Dopo il ben noto exploit messo a segno nel 20175, l'anno di Expo, il capoluogo lombardo ha registrato addirittura un lieve incremento nel 2016 degli eventi e dei meeting. Una conferma di quanto la città abbia saputo capitalizzare l'effetto Expo. Nell'area metropolitana di Milano, infatti, nel 2016 il numero di meeting ha segnato un 0,2% rispetto all'anno precedente, mentre i partecipanti sono aumentati del 6,8% e le presenze del +2,2%. Si tratta di un'area di business importante che genera complessivamente sul territorio milanese una spesa diretta dei partecipanti e degli organizzatori stimabile in via preliminare in 773 milioni di euro. I dati emergono da uno studio condotto per #BIT2017 – Borsa Internazionale del Turismo 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).
Lo studio condotto 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. 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. La spesa complessiva diretta dei soli

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. Invece 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. Tradotto in percentuali, significa che la meeting industry contribuisce per un mezzo punto percentuale circa al Pil territoriale, con 773 milioni di euro.