



Facoltà di Economia
Università degli Studi di Sassari

5 novembre 2009
- BTC, Roma -

Con il patrocinio di

Federcongressi

Come gli organizzatori di convegni scelgono dove fare un convegno a seconda della sua tipologia?

Realizzata da:

Prof. Giacomo Del Chiappa

DEIR – Dipartimento di Economia, Impresa e Regolamentazione

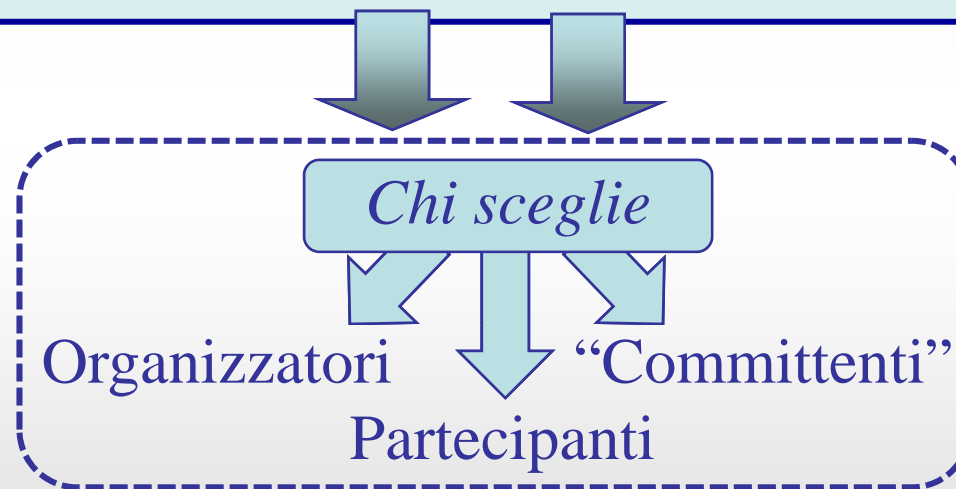
Facoltà di Economia, Università degli Studi di Sassari

- gdelchiappa@uniss.it -

La scelta della destinazione: cosa è stato analizzato sinora?

Che cosa viene valutato

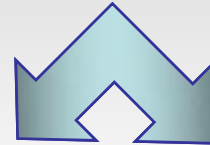
- ✓ Accessibilità
- ✓ Caratteristiche della venue
- ✓ Caratteristiche ricettività
- ✓ Strutture di supporto
- ✓ Attività post-convegno
- ✓ Accessibilità della destinazione
- ✓ Informazione
- ✓ Ambiente della destinazione



... l'influenza che i diversi organizzatori di convegni esercitano nella scelta del luogo in cui fare un convegno

La scelta della destinazione: cosa non è ancora stato detto?

Come cambia a seconda della tipologia di convegno che si intende realizzare



il **grado di influenza** che gli organizzatori esercitano nella scelta del luogo

l'**importanza** che gli organizzatori assegnano agli **attributi** della destinazione

La ricerca empirica

- ✓ **Metodo:** “on-line survey”
- ✓ **Periodo:** luglio 2009
- ✓ **Questionari inviati:** 1.000
- ✓ **Campione indagato:** 227 organizzatori di convegni
- ✓ **Tasso di risposta:** 22,7%
- ✓ **Tipologie di convegno indagate:** 6
 - Congresso
 - Convention aziendale
 - Incentive travel
 - Kick-off
 - Seminario
 - Simposio

La composizione del campione rispondente

Per la significatività della ricerca i rispondenti sono stati invitati a rispondere solo rispetto alle tipologie di convegni realizzate

| | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|-------------------------|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| Corporate | 96 (64,9 %) | 151 (77%) | 100 (73%) | 104 (74,3%) | 116 (69,5%) | 70 (65,4%) |
| Associazione | 8 (5,4%) | 5 (2,6%) | - - | - - | 8 (4,8%) | 4 (3,7%) |
| Studio di organizzatori | 27 (18,2%) | 24 (12,2%) | 20 (14,6%) | 19 (13,6%) | 27 (16,2%) | 21 (19,6%) |
| (DMC) | 17 (11,5%) | 16 (8,2%) | 17 (12,4%) | 17 (12,1%) | 16 (9,6%) | 12 (11,2%) |
| Totale | 148 | 196 | 137 | 140 | 167 | 107 |

L'influenza degli organizzatori nella scelta del luogo: una sintesi

- ✓ Generale preponderanza dell'influenza esercitata da chi organizza convegni operando all'interno di aziende e associazioni
- ✓ Le aziende e le associazioni esercitano il massimo grado di influenza nel caso di congressi, convention e seminari
- ✓ I PCO e i DMC esercitano il loro massimo grado di influenza nel caso degli incentive

| | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Aziende e associazioni | 80,6% ⁴ | 88,9% ¹ | 75,9% ⁶ | 82,7% ³ | 85,2% ² | 80,3% ⁵ |
| PCO e DMC | 19,4% ³ | 11,1% ⁶ | 24,1% ¹ | 17,3% ⁴ | 14,8% ⁵ | 19,7% ² |
| | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

La tabella riporta il valore medio della somma delle % "Quasi sempre" e "Sempre"

Come varia l'importanza degli attributi della destinazione?

Qual è secondo lei l'importanza che l'attributo "X" ha nella scelta del luogo in cui fare il convegno?

*Risponda selezionando un numero da 1 a 7
(1=per niente importante 7=molto importante)*

Come varia l'importanza degli attributi della destinazione?

| Attributo | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|--|-----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Media | Media | Media | Media | Media | Media |
| Disponibilità sale convegni e attrezzature audiovisive | 6,56 | 6,33 | 3,90 | 6,01 | 5,89 | 5,94 |
| Disponibilità di spazi espositivi | 5,41 | 4,10 | 2,56 | 5,64 | 3,59 | 3,66 |
| Disponibilità di un centro convegni adeguato | 6,49 | 5,88 | 3,24 | 5,48 | 5,22 | 5,27 |
| Gamma e varietà delle strutture alberghiere | 5,97 | 5,94 | 6,23 | 5,31 | 5,16 | 5,01 |
| Tariffe delle strutture alberghiere | 6,08 | 6,29 | 6,22 | 5,76 | 5,72 | 5,65 |
| Attrezzature e servizi delle strutture ricettive | 5,66 | 5,96 | 6,22 | 5,76 | 5,42 | 5,10 |

 *Importanza massima*

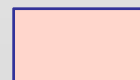
 *Differenze non significative rispetto al massimo*

 *“Uguale” importanza*

Come varia l'importanza degli attributi della destinazione?

| Attributo | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|--|-----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Media | Media | Media | Media | Media | Media |
| Numero di alberghi raggiungibili a piedi dal centro convegni | 5,75 | 5,23 | 3,88 | 4,97 | 4,73 | 4,89 |
| Possibilità di sistemare i partecipanti nella stessa struttura ricettiva | 5,75 | 6,62 | 6,59 | 6,07 | 5,78 | 5,71 |
| Distanza delle strutture ricettive dall'aeroporto | 5,13 | 5,36 | 4,76 | 5,24 | 4,83 | 4,86 |
| Qualità, varietà e tariffe dei ristoranti in zona | 4,84 | 4,95 | 5,31 | 4,83 | 4,54 | 4,61 |
| Costo e efficienza dei trasporti locali | 4,40 | 4,16 | 4,28 | 4,20 | 4,24 | 4,36 |

 *Importanza massima*

 *Differenze non significative rispetto al massimo*

 *“Uguale” importanza*

Come varia l'importanza degli attributi della destinazione?

| Attributo | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|---|-----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Media | Media | Media | Media | Media | Media |
| Accessibilità della destinazione | 6,28 | 6,27 | 5,80 | 6,26 | 6,04 | 5,94 |
| Immagine della destinazione | 5,71 | 5,96 | 6,46 | 5,99 | 5,40 | 5,26 |
| Notorietà della destinazione | 4,85 | 4,97 | 5,58 | 5,15 | 4,42 | 4,35 |
| Novità della destinazione | 4,50 | 5,11 | 5,94 | 5,20 | 4,20 | 4,17 |
| Intrattenimento e attività del tempo libero | 4,34 | 4,66 | 5,82 | 4,40 | 4,06 | 3,87 |
| Clima della destinazione | 4,43 | 4,83 | 5,86 | 4,79 | 4,28 | 4,19 |

 *Importanza massima*


 *Differenze non significative rispetto al massimo*

 *“Uguale” importanza*

Come varia l'importanza degli attributi della destinazione?

| Attributo | Congresso | Convention | Incentive | Kick-off | Seminario | Simposio |
|--|-----------|------------|-----------|----------|-----------|----------|
| | Media | Media | Media | Media | Media | Media |
| Ambiente fisico e socio-culturale | 4,66 | 4,70 | 5,06 | 4,62 | 4,53 | 4,49 |
| Sicurezza e igiene della destinazione | 6,32 | 6,52 | 6,64 | 6,51 | 6,35 | 6,32 |
| Assistenza di Convention Bureau o DMC affidabile | 5,30 | 5,14 | 5,39 | 5,33 | 4,79 | 4,94 |
| Professionalità del personale | 6,44 | 6,49 | 6,53 | 6,55 | 6,44 | 6,44 |
| Convenienza economica generale | 5,93 | 6,26 | 6,18 | 6,17 | 6,06 | 5,98 |

 *Importanza massima*

 *Differenze non significative rispetto al massimo*

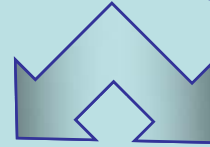
 *“Uguale” importanza*

Come varia l'importanza degli attributi? Una sintesi

- ✓ Ci sono alcuni attributi che hanno la stessa importanza a prescindere dalla tipologia di convegno
 - Costo ed efficienza dei trasporti locali (importanza media 4,26)
 - Ambiente fisico e socio-culturale (importanza media 4,68)
 - Sicurezza e igiene della destinazione (importanza media 6,45)
 - Assistenza di Convention Bureau e DMC affidabili (importanza media 5,15)
 - Professionalità del personale (importanza media 6,48)
 - Convenienza economica generale (importanza media 6,11)
- ✓ Gli altri attributi assumono un'importanza diversa a seconda della specifica tipologia di convegno considerata

Conclusioni & utilità della ricerca

*A seconda della tipologia di convegno
che si tratta di realizzare **cambia***



il **grado di influenza** che i diversi
tipi di organizzatori esercitano
nella scelta del luogo

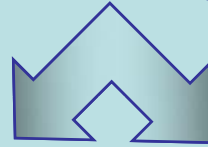
l'**importanza** che gli
organizzatori assegnano agli
attributi della destinazione



*Qual è l'utilità di
queste informazioni?*

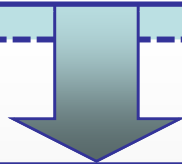
Conclusioni & utilità della ricerca

*A seconda della tipologia di convegno
che si tratta di realizzare **cambia***



il **grado di influenza** che i diversi
tipi di organizzatori esercitano
nella scelta del luogo

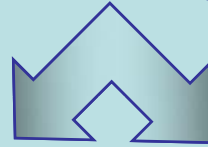
l'**importanza** che gli
organizzatori assegnano agli
attributi della destinazione



- ✓ Contribuisce a definire in maniera mirata il target di comunicazione
- ✓ Consente di realizzare attività di comunicazione mirate e come tali più efficaci ed efficienti

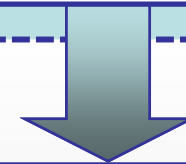
Conclusioni & utilità della ricerca

*A seconda della tipologia di convegno
che si tratta di realizzare **cambia***



il **grado di influenza** che i diversi
tipi di organizzatori esercitano
nella scelta del luogo

l'**importanza** che gli
organizzatori assegnano agli
attributi della destinazione



- ✓ Contribuisce a definire i “valori” del territorio da enfatizzare nelle attività di comunicazione
- ✓ Contribuisce a indirizzare in maniera mirata e consapevole gli investimenti per posizionare/riposizionare la destinazione



Facoltà di Economia
Università degli Studi di Sassari

5 novembre 2009
- BTC, Roma -

Con il patrocinio di

Federcongressi

Grazie per l'attenzione!

Prof. Giacomo Del Chiappa

DEIR – Dipartimento di Economia, Impresa e Regolamentazione

Facoltà di Economia, Università degli Studi di Sassari

- gdelchiappa@uniss.it -