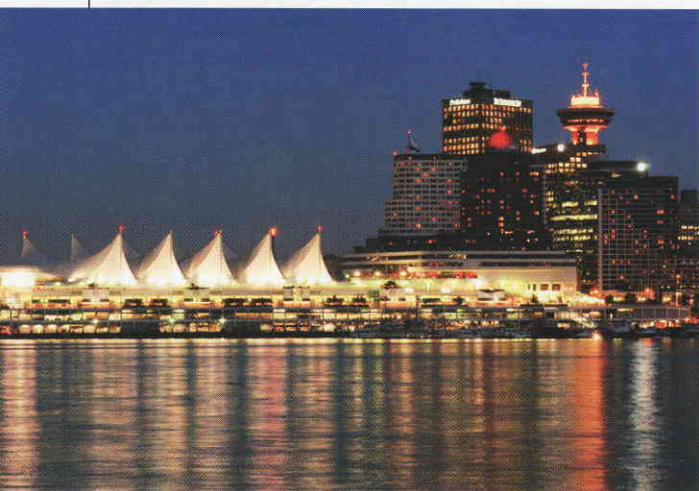


I centri congressi sono solitamente di proprietà dei Governi. Il loro atteggiamento in questo settore è tuttavia sempre più ambiguo. Molto spesso, infatti, non sono sicuri del motivo per cui sono entrati nel business, sono incerti delle loro aspettative e non capiscono perché un'altra impresa, meglio se proveniente da un settore privato, non possa sostituirli nel ruolo che ricoprono. Perché fanno quindi parte del business congressuale e come dovrebbero gestire l'investimento pubblico?



## GOVERNI: PARTNER ZELANTI O INVESTITORI INCERTI?

di Barbara Maple



La risposta alla prima domanda è relativamente semplice: vogliono i benefici economici che un centro di questo tipo può portare e, allo stesso tempo, l'economia è scoraggiante per l'investitore che vuole entrare in questo settore. I centri congressi sono tipicamente "leader nelle perdite", nel senso che non sono redditizi di per sé. La loro presenza all'interno della comunità genera molti vantaggi economici, che in gran parte si disperdono nell'economia locale.

Il problema è comprendere come acquisire tali benefici per compensare sia gli investimenti iniziali sulle strutture sia le spese di gestione continue. Solamente i Governi possono normalmente attuare tutto questo, grazie alla loro **capacità contribu-**

**tiva** di imporre tasse sui profitti. Possono, infatti, riscuotere imposte specifiche, come le tasse sugli alberghi, comuni in molte parti del mondo, o quelle generali, come gli utili delle entrate fiscali derivanti dalla crescente occupazione nel settore dei congressi.

Ma le amministrazioni pubbliche investono in questo settore anche per altri motivi. Prima di tutto, bisogna dedicare molto tempo ai grandi eventi e la pazienza è una caratteristica essenziale di questo investimento. Se ne possono, infatti, raccogliere i frutti soltanto dopo 7/8 anni e poche società private sono in grado di aspettare così a lungo per avere un ritorno. Inoltre, **esistono alcuni profitti che non hanno un immediato impatto finanziario**, anche se possiedono un'importanza economica a lungo termine. Rientrano tra questi il centro di promozione commerciale, l'investimento, lo sviluppo professionale e anche le caratteristiche della collettività. Tutti questi vantaggi, anche se non generano utili immediati e riconoscibili, sono necessari affinché la comunità ottenga una prosperità a lungo termine.

Esistono quindi



Barbara Maple, presidente di AIPC, nonché del Vancouver Convention & Exhibition Centre, del Join Meetings Industry Council e del World Council for Venue Management, è presente in esclusiva italiana su MICE con articoli di approfondimento sul settore.

molti buoni motivi affinché i pubblici poteri investano in questo tipo di strutture e supportino il business a lungo termine delle fiere e dei congressi. A mano a mano che trascorre il tempo, quest'opinione razionale spesso scompare dallo scenario politico, sostituita dal semplice fastidio annuale di trattare richieste per ottenere capitale di provvista fondi o continue sovvenzioni di gestione.

E poiché siamo persone il cui business futuro dipende dalla volontà di fare questo tipo d'investimento, che cosa dovremmo fare per migliorare il loro atteggiamento? Possiamo continuare a ricordare ai nostri rappresentanti politici quali siano i benefici creati dall'industria dei congressi e le motivazioni per cui l'economia del settore richiede investimenti governativi. Questi concetti dovrebbero essere chiari agli investitori originali, ma, poiché il turnover nell'ambiente politico è spesso rapido, dobbiamo ricordare a ogni nuovo gruppo di leader e amministratori **in che modo funziona l'equazione**. Per fare questo, dobbiamo essere consapevoli del fatto che i benefici finanziari non sono rilevanti esclusivamente per le entrate del Governo. Un centro congressi, e l'importanza degli eventi che ospita, migliora molti aspetti nella vita e nel settore degli affari delle comunità. I politici hanno un'agenda fitta d'impegni e dobbiamo considerare questo aspetto se rivolgiamo loro i

nostri messaggi. Infine, dobbiamo essere sicuri che comprendano che questo è un business molto competitivo. Ciò significa che si richiedono investimenti continui per essere in grado di competere in altri campi. Di questi tempi, sono molte le strutture che si migliorano di anno in anno, presentandosi sul mercato come concorrenti. A queste condizioni, solo coloro che possono offrire un servizio e una struttura di livello superiore riusciranno a generare i profitti desiderati così a lungo. I Governi, volenti o nolenti, sono i nostri partner a lungo termine in questo business. È quindi importante sforzarsi di ottenere la loro comprensione e il loro sostegno per gli investimenti richiesti. È l'unico modo possibile che abbiamo per continuare a generare tutti i profitti che la collettività si aspetta. ■



## Governments: willing partners or uncertain investors?

by Barbara Maple

Throughout the world, congress centres are typically owned by governments. Yet increasingly, they appear to be ambivalent business partners; often unsure of why they're in this business, what their expectations should be and why someone else – preferably in the private sector – can't take over their role in this regard. So why are they there – and what should they be doing to manage the public investment?

The answer to the first question is relatively easy – they're there because while they want the economic benefits a centre brings, industry economics don't encourage any other investor to get involved in this area. Convention centres are typically "loss leaders" in the sense that while they themselves aren't usually profitable, their presence in the community generates lots of other economic and non-economic benefits that are dispersed widely throughout the local economy.

The problem is how to capture some of this benefit to pay for both the initial investment in facilities and ongoing operating costs. Governments are typically the only group that can do this – through their ability to tax the benefits that arise. Whether these are dedicated taxes, as in the hotel taxes common in many parts of the world or general taxes, such as income tax revenue from the increased employment activity resulting from conventions, only governments are realistically in a position to collect these.

But there are other reasons governments need to be the investor. For one thing, the lead time for many larger events is such that patient investment is required – you're spending today for business that may not deliver its benefits for another seven or eight years, and few private businesses can wait that long for a return. For another, some of the benefits that are created don't have immediate financial impact, even though they are of long term economic importance. These include such things as the role of a centre in promoting trade, investment, professional development and even community profile – things that are necessary to a community's long term prosperity even though they don't generate immediate, identifiable revenues.

So there are some very good reasons for governments to invest in these kinds of facilities, and to support the convention and exhibition business in a long term way. Yet as the years go by, the original rationale often fades from the political mind until all that's left is the annual annoyance of having to deal with requests for capital funding or ongoing operating grants.

As people whose business future depends on government's ongoing willingness to make this kind of investment, what should we be doing to improve their attitude? One answer is that we need to be continually reminding our government representatives of the kinds of benefits the Meetings Industry creates and why industry economics require government investment. Again, these concepts might have been clear to the original investors, but turnover is often rapid in the political area and every new group of government leaders and administrators needs to be reminded again of how the equation works in order to restore the collective memory. In doing this, we need to be mindful of the fact that while the financial benefits are significant, this is not just about government revenues. It's also about community and economic development, given the role that a centre and the events it hosts play in enhancing so many aspects of community life and business. Politicians have many agendas to address, and we need to be thinking in terms of all of these as we shape our messages to them.

Finally, we need to make sure they understand this is a highly competitive business – and that means ongoing investment is required in order to be able to continue to compete with other destinations. These days in particular, there are many new and upgraded facilities coming into the market – and every one represents competition. Under these conditions, only those who can offer superior service and facilities will survive to generate those much-wanted benefits.

So whether they – or we – like it, governments are our long term partner in this business. It's important we make the effort to get their understanding and support for the ongoing investment that's required, because that's the only way we can continue to generate all the benefits the community has come to expect.

