

IL RUOLO CHIAVE DEI CENTRI CONGRESSI NELLA RIPRESA ECONOMICA

*Edgar Hirt, presidente di AIPC e direttore generale di CCH,
Congress Center Hamburg.*

Come molti altri tipi di operazioni commerciali, i centri congressi fanno rotta verso ciò che promette essere un anno molto impegnativo. Quanto impegnativo dipenderà dal mix di attività di cui ogni centro si occuperà. I congressi e gli eventi corporate sono generalmente i primi a reagire a una flessione economica, perché ne risentono più rapidamente e di solito hanno periodi di prenotazioni più brevi; si tratterà di valutare se lo stato attuale dell'economia avrà un effetto diretto su questo settore. Le associazioni raramente annullano i loro congressi,

perché sono parte integrante della loro ragion d'essere e un fattore fondamentale del loro budget annuale. Tuttavia, è possibile che continui a verificarsi un calo della partecipazione e del potere di spesa associato. E questo ha, ovviamente, importanti implicazioni per le entrate di un centro ospitante. La questione non riguarda solo la validità dell'operato della venue, ma anche il livello di attività, che è un importante fattore per la misurazione del progresso dell'economia generale. I centri congressi sono operatori economici e il tipo di eventi che ospitano sono fattori chiave in qualunque





Edgar Hirt,
presidente di AIPC
e direttore generale
di CCH, Congress
Center Hamburg, è
presente in
esclusiva su MICE
con un articolo di
approfondimento
sul settore.

settore, dalla crescita aziendale e relativi investimenti alla formazione, allo sviluppo tecnologico e professionale. L'attività di un centro congressuale è sintomo di ripresa in queste importanti aree. Se ciò non si verifica, vuol dire

semplicemente che il tipo di attività necessarie a stimolare la crescita e lo sviluppo non hanno luogo. Attraversi i congressi, le convention e le esposizioni, il mondo condivide informazioni e crea **relazioni economiche "vis-à-vis"**. Di conseguenza, il livello di attività in questo settore indica, ma anche facilita la crescita economica. In tempi come quelli attuali, in cui il mondo ha bisogno di tutti gli stimoli economici che riesce ad agguantare, è necessario pensare in modo più creativo a come favorire un numero ancora maggiore di questo tipo di eventi. I congressi, infatti, possono contribuire in larga misura alla risoluzione dell'attuale crisi. La gente ha bisogno di ritrovarsi, non solo i rappresentanti delle grandi istituzioni, ma anche gli esponenti delle singole aree commerciali, per sviluppare strategie per la ricostruzione dei propri modelli economici. Occorre ripristinare il livello di fiducia nel mercato e la storia insegna che il modo

Associazione Internazionale dei Centri Congressi

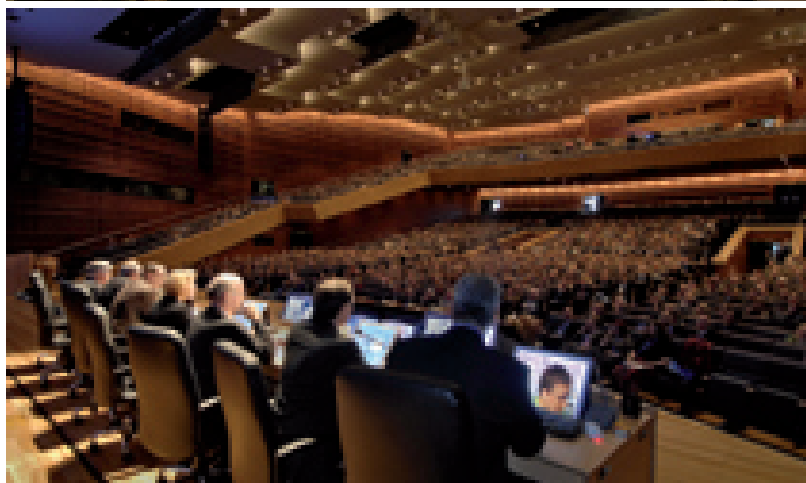
AIPC è un'autorevole associazione internazionale di centri congressi ed espositivi. La sua mission consiste nel sostenere, incoraggiare e riconoscere l'eccellenza nella gestione dei centri congressi con attività finalizzate ad assistere i propri membri nel miglioramento del proprio profilo e delle proprie competenze. I membri di questa associazione sono strutture costruite ad hoc, il cui scopo primario è accogliere e fornire la propria assistenza a meeting, convention, congressi ed esposizioni.

AIPC è una rete globale che comprende più di 160 centri in 53 paesi, con il coinvolgimento attivo di oltre 650 professionisti nella gestione dei centri congressi.

Per ulteriori informazioni,
marianne.de.raay@aipc.org
o www.aipr.org

migliore per farlo è "faccia a faccia". Quindi, tutto quello che possiamo fare per promuovere e incoraggiare questi tipi di attività non solo aiuta l'industria, ma favorisce anche la ripresa economica generale. Ma cosa possiamo fare? Per cominciare, possiamo **facilitare lo sviluppo, la gestione e la promozione** di questi congressi. Come centri, dobbiamo lavorare più che mai alla rimozione di tutto ciò che ostacola l'organizzazione di eventi nelle nostre strutture, riconoscendo a quali tipi di pressione sono attualmente soggetti i nostri clienti e incoraggiando i nostri fornitori a fare lo stesso. Ma non soltanto nel nostro ramo. Ogni settore deve rivisitare il ruolo che i congressi possono e devono rivestire nella riattivazione delle attività e della fiducia nel settore industriale e cercare nuove modalità di organizzazione di questi eventi per creare il maggiore vantaggio possibile.

I format, che prima funzionavano, oggi potrebbero non costituire la soluzione migliore ed è necessaria una maggiore flessibilità nell'ideazione e nella progettazione di nuovi approcci. Infine, i singoli imprenditori e professionisti devono impegnarsi su due livelli: incoraggiare, da un lato, una maggiore diversificazione degli eventi e favorire, dall'altro, l'interesse degli organizzatori di tali eventi per le proprie città o regioni. Questo ruolo tradizionale di "ambasciatori" non solo incentiva un'attività congressuale più produttiva, nel suo complesso, ma può aiutare le singole località a costruirsi un profilo come destinazioni per congressi ed eventi. Ciò garantirà un vantaggio per tutti, perché un evento di successo stimolerà una nuova attività economica in un periodo in cui è maggiormente necessaria. Come il "canarino in una gabbia" era sinonimo di qualità ambientale, così il livello di attività che si svolge in un centro congressi è un **indicatore chiave dell'attività aziendale** e, in ultima analisi, della ripresa economica. Oggi più che mai le strutture, i clienti e i fornitori devono collaborare allo sviluppo di questo tipo di attività per "oliare" le ruote dell'economia.



CONVENTION CENTRES PLAY A CRITICAL ROLE IN ECONOMIC RECOVERY

by Edgar Hirt, president of the International Association of Congress Centres (AIPC) and managing director of CCH, Congress Center Hamburg

Like most other kinds of business operations, convention centres are heading into what promises to be a very challenging year. Just how challenging will depend on the mix of business that any particular centre has. Corporate meetings and events are generally the first to react to a business downturn because they are impacted most quickly and typically have shorter booking periods; here, the major question will be whether they are one of the many sectors most directly impacted by the current state of the economy. Associations seldom cancel their conventions, because they are such a fundamental part of their *raison d'être* and a big factor in their annual budgets. However, there may still be declines in attendance and associated spending, which obviously has important revenue implications to the host centre. But this isn't just about how well a centre is doing, because **the level of activity** in a centre is also an important factor in gauging how the overall economy is progressing. Convention centres are economic drivers, and the kinds of events they accommodate are key factors in everything from business growth

and investment to training, technology and professional development. When the centre is busy, it's a sign that things are moving ahead in these important areas. When they're not, it means that the kinds of activities needed to stimulate growth and development are simply not happening. Meetings, conventions and exhibitions are how the world shares information and builds business relationships **face to face**. As a result, the level of activity in this sector is both an indicator and a facilitator of economic growth. In times like now, when the world needs all the economic stimulation it can get, we all need to think more creatively about how we can encourage even more of these kinds of events. In fact, meetings are a big part of how the current crisis is going to get resolved.

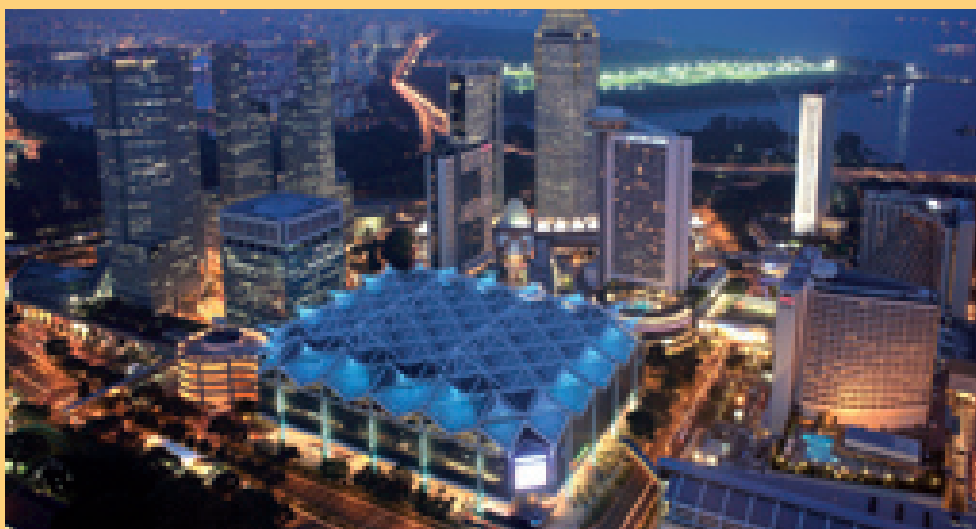
People need to get together, not just from the big institutions, but also those representing individual business areas as well, in order to develop strategies for reconstructing their business models. They need to restore confidence and comfort levels in the market, and history has shown that this is best done face to face. As a result, anything we can do to promote and encourage these kinds of activities not only helps the industry but supports overall economic recovery as well.

And what can we do? For a start, we can make it easier to **develop, manage and promote** these meetings. As centres, we need to be working harder than ever to remove any obstacles to staging events in our facilities, recognizing the kinds of pressures our clients are now under, and encouraging our suppliers to do the same. But it's not just about our industry. Every sector should be revisiting the role that meetings can and should be playing in restoring business activity and confidence, and looking for new



ways to shape these events so that they generate the greatest possible benefits. Formats that worked under past conditions may not be the best today, and flexibility in thinking and designing new approaches are called for. Finally, there is a role for individual business people and professionals to play in both encouraging more diversified events and in helping attract them to their own city or region. This traditional "ambassador" role not only encourages more productive meeting activity overall, but can help individual destinations build their profile as a meetings location.

In the end, everyone benefits because a successful event is one that will stimulate new economic activity at a time when this is most needed. Just as the "canary in a cage" was a symbol for environmental quality, so the level of activity taking place in convention centres is a **key measure of business activity** and, ultimately, economic recovery. More than ever, facilities, clients and suppliers all need to be working together to ramp up this kind of activity as a way to help grease the wheels of the economy.



International Association of Congress Centres

AIPC is the pre-eminent international association of convention centres, with a mission of encouraging, supporting and recognizing excellence in centre management. Its programs are directed toward enhancing the profile and performance of its members, who are purpose built facilities whose primary purpose is to accommodate and service meetings, conventions, congresses and exhibitions. The AIPC is a global network of over 160 leading centres in 53 countries, with the active involvement of more than 650 centre management professionals.

For further information please contact marianne.de.raay@aipc.org or visit www.aipr.org