



MICE E TERRITORIO: MEETING E CONGRESSUALE PER LO SVILUPPO LOCALE E L'ATTRATTIVITA' TURISTICA

#WeAreINPUGLIA®



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
REGIONALE DEL TURISMO

POC PUGLIA 2014/2020 - ASSEVI - AZIONE 6.8

INTRODUZIONE

Yoodata è stata incaricata da ARET Puglia di esplorare il posizionamento della Puglia nel mercato MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

L'indagine ha previsto:

- l'analisi del mercato globale;
- l'indagine presso la domanda di eventi (intermediari italiani e di cinque nazioni estere, e aziende italiane che organizzano convegni e congressi);
- l'analisi dell'offerta pugliese, attraverso una ricerca su alberghi e intermediari pugliesi.



METODO DELLA RICERCA

La ricerca ha previsto diverse fasi: un'attività di market intelligence e ricostruzione di statistiche disponibili, l'analisi dell'offerta MICE pugliese attraverso 145 interviste CATI ad alberghi che lavorano nel settore MICE e agenzie di intermediazione (con breve approfondimento anche degli eventi Wedding), l'analisi della domanda attraverso 61 interviste fenomenologiche con agenzie di intermediazione in Italia e altri 5 paesi, e 300 interviste CATI ad aziende e associazioni italiane che organizzano eventi MICE. L'indagine è stata svolta da dicembre 2024 ad aprile 2025.



	Interviste
Alberghi	108
Agenzie MICE	19
Agenzie Wedding	18
Totale	145

intermediari



	interviste
 Italia	21
 Spagna	8
 Svizzera	8
 Germania	8
 Olanda	8
 Usa	8
TOTALE	61



	Interviste
Aziende	220
Associazioni	80
Totale	300

IL MERCATO MICE



IL MERCATO EVENTI IN ITALIA NEL 2024

numero eventi

367.981

2024
+ 8,2% rispetto al 2023

numero partecipanti

29.264.953

2024
+ 7,8% rispetto al 2023

stima fatturato 2023

€ 11.746.000.000



FONTI: «OSSERVATORIO ITALIANO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI» Rapporto 2024, Federcongressi & Eventi.

«IL VALORE ECONOMICO DELLA MEETING INDUSTRY IN ITALIA NEL 2023», 2025, ENIT-ASERI

LA SPESA MEDIA DEI PARTECIPANTI AGLI EVENTI

Area geografica	Spesa totale media a livello complessivo	Spesa totale media negli eventi da più di un giorno
Nord Ovest	€ 255,94	€ 328,12
Nord Est	€ 179,17	€ 223,45
Centro	€ 218,53	€ 281,76
Sud e Isole	€ 164,51	€ 204,62
Italia	€ 213,53	€ 271,69

Spesa aggiuntiva per organizzazione eventi: € 67,24 per partecipante al giorno

FONTE: «IL VALORE ECONOMICO DELLA MEETING INDUSTRY IN ITALIA NEL 2023», 2025, ENIT-ASERI

STIMA MERCATO EVENTI IN PUGLIA NEL 2023/24



Totale Sedi*

Puglia 247

Offerta sedi: 4,4% su Italia

Alberghi
nell'84% dei casi

Stime
Puglia

Eventi	9-11.000
Partecipanti	850-950.000
Fatturato	€ 350.000.000

3% su Italia

* Informazione desunta da: «OSSERVATORIO ITALIANO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI»
Rapporto 2024, Federcongressi & Eventi.

L'OFFERTA DELLA PUGLIA







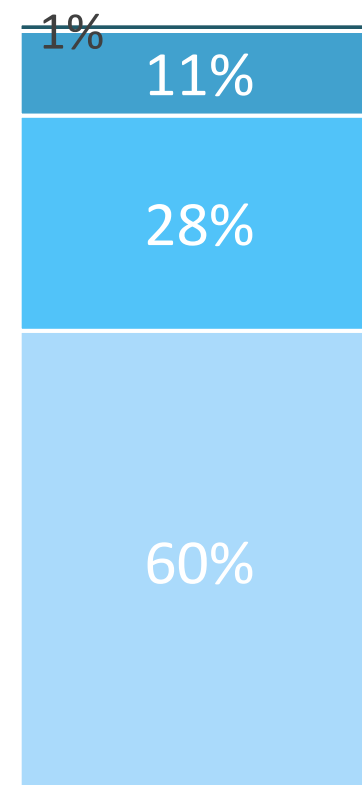
CAPIENZA DELLE SALE PER MICE



Numero
sale

309

-  1000 persone e oltre
-  da 301 a 999 persone
-  da 101 a 300 persone
-  fino a 100 persone



Totale persone
potenzialmente
ospitate

45.641

3 stelle



32

4 stelle



242

5 stelle/5 stelle
lusso



35

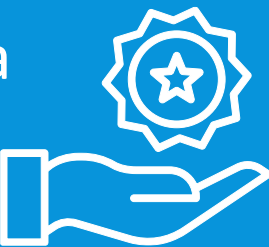
-	1%	-
7%	11%	14%
27%	27%	37%
67%	61%	49%

3.843

35.858

5.940

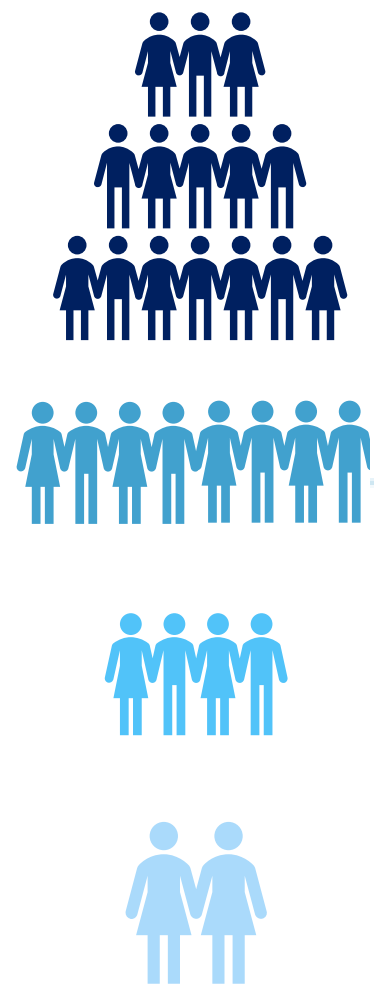
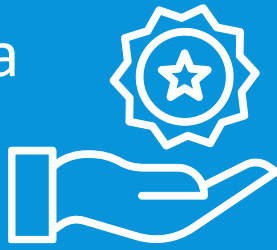
offerta
Puglia



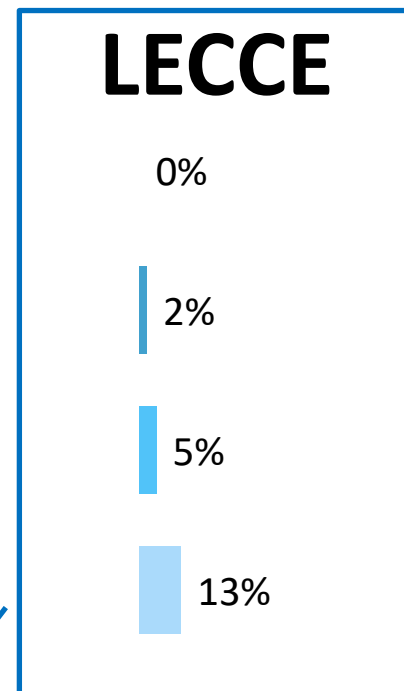
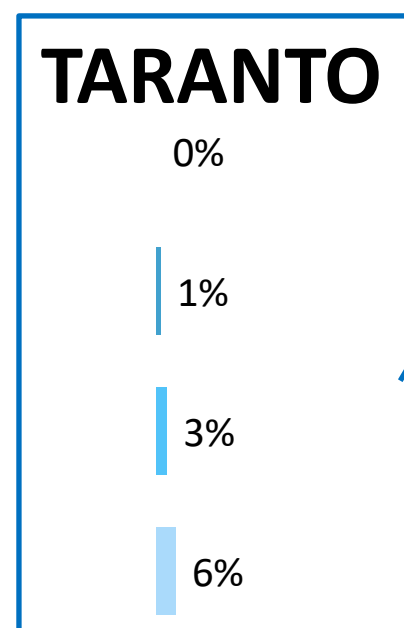
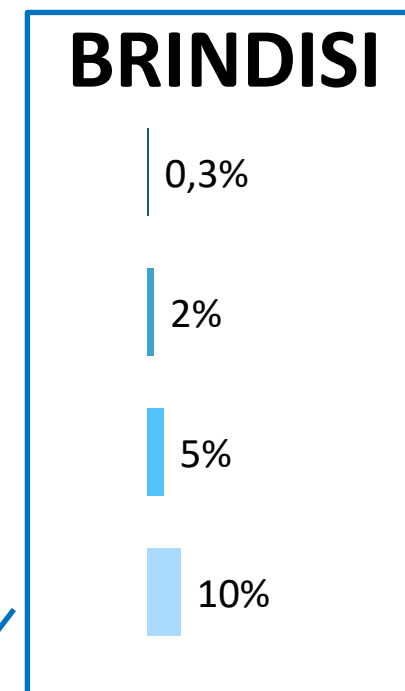
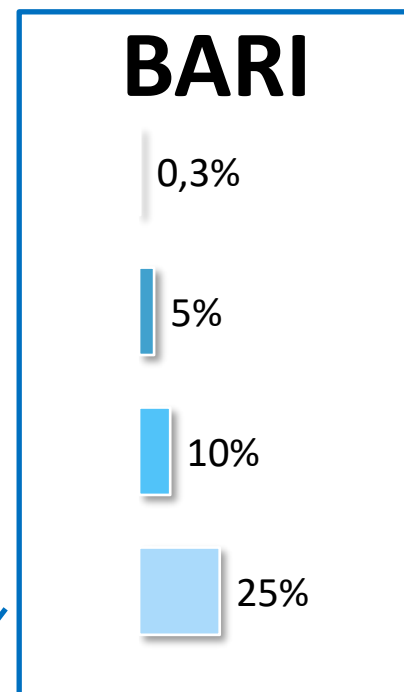
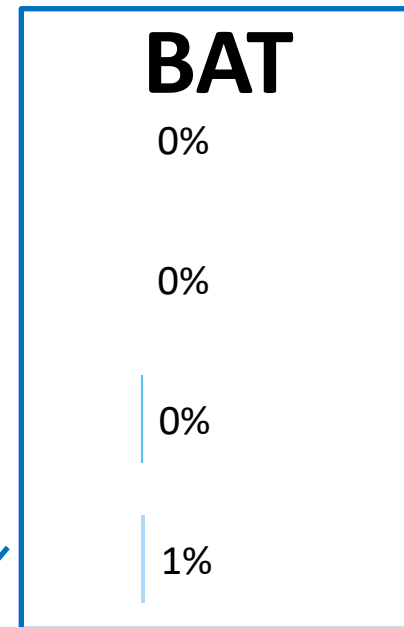
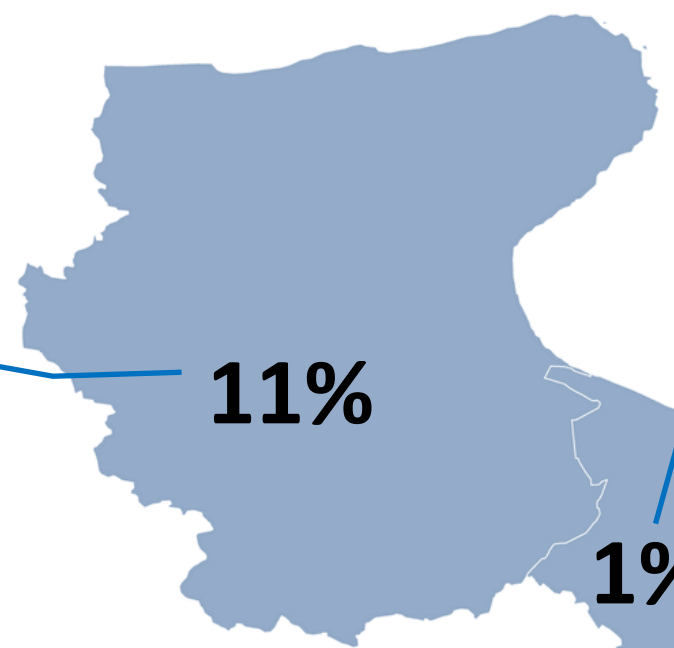
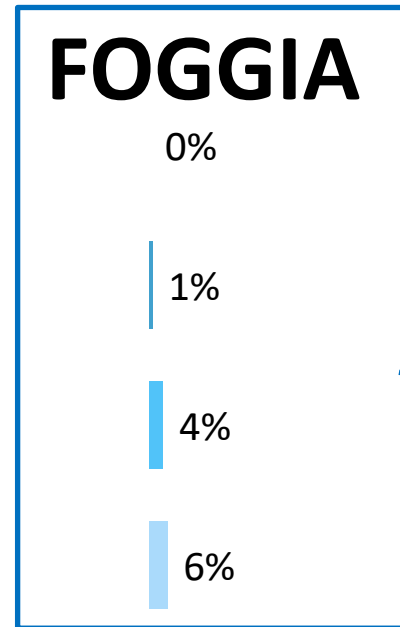
Per ciascuna sala, quante persone può ospitare?
Base: 106 alberghi che hanno sale per MICE

DOTAZIONI SALE MICE PER PROVINCIA

offerta Puglia



- 1000 persone e oltre
- da 301 a 999 persone
- da 101 a 300 persone
- fino a 100 persone

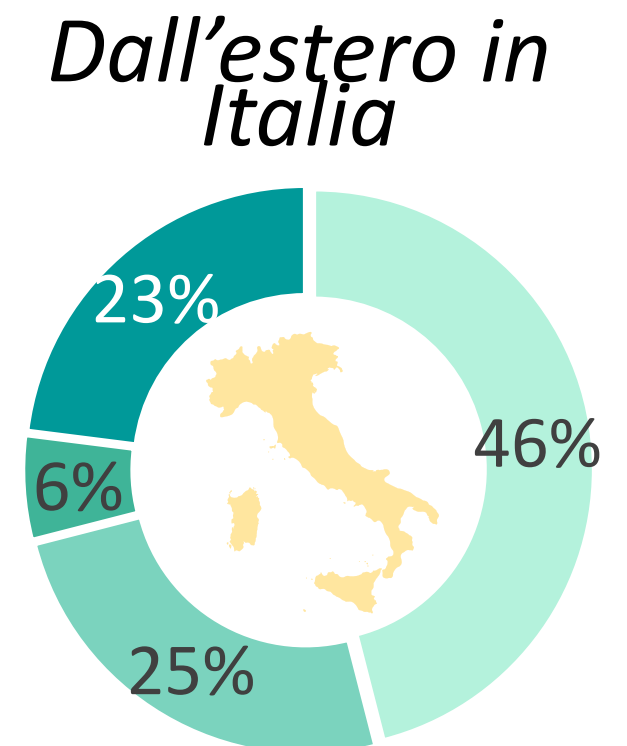
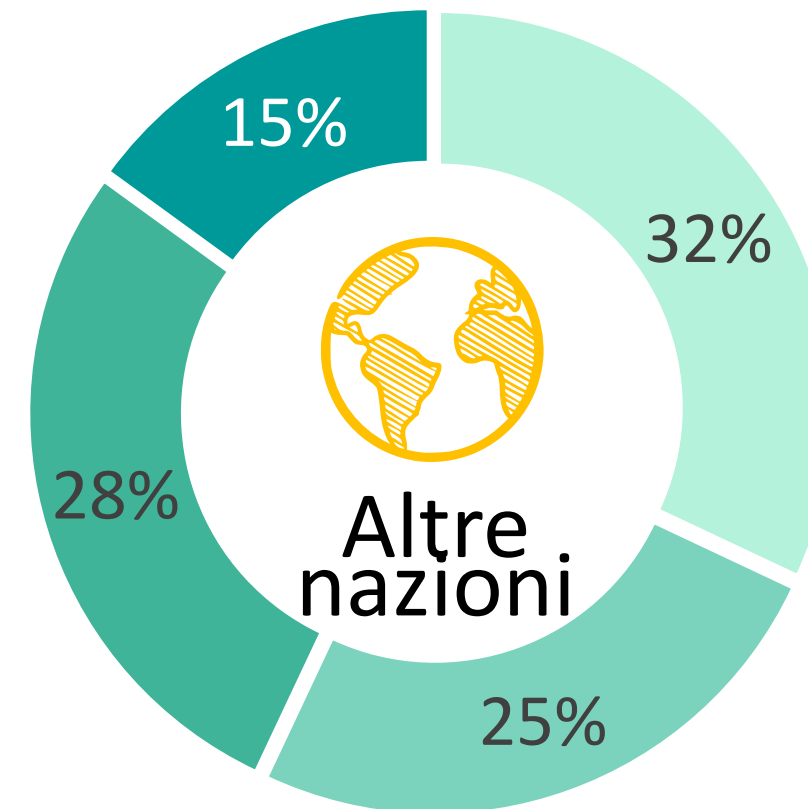
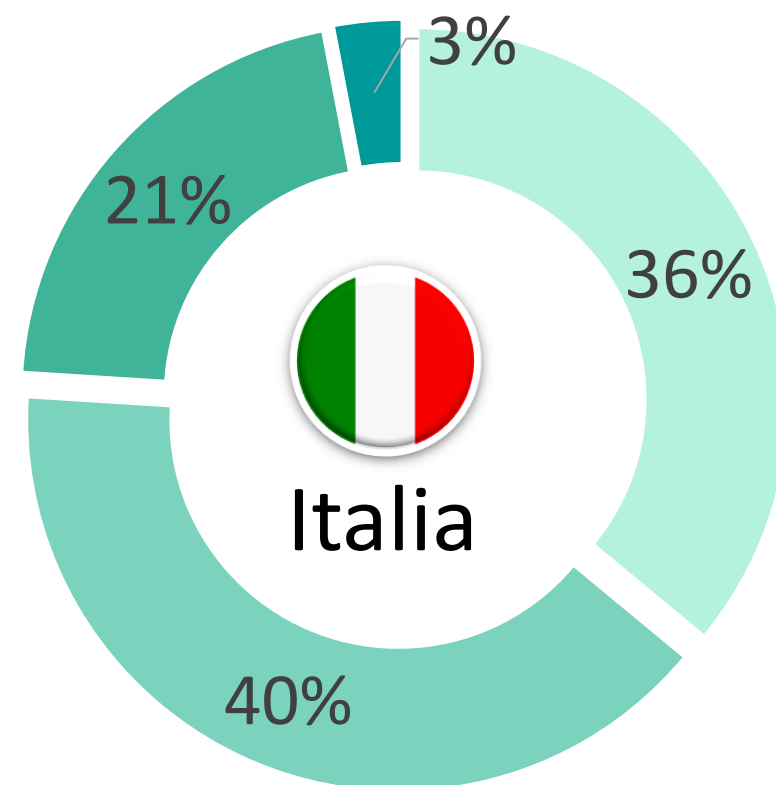


LA DOMANDA DI EVENTI



ATTIVITA' 2022-2024 – DIMENSIONE

- Fino a 100 partecipanti
- Da 101 a 300 partecipanti
- Da 301 a 1.000 partecipanti
- Oltre 1.000 partecipanti



intermediari



Ponendo pari a 100 gli eventi organizzati al di fuori della sua nazione/in Italia negli ultimi tre anni, orientativamente come si distribuiscono per durata?
Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

ATTIVITA' 2022-2024 – DOVE IN ITALIA



Italia



Altre nazioni

(tra quanti hanno organizzato in Italia)

Milano **86%**

47%

Roma **81%**

47%

Firenze **76%**

5%

Napoli **71%**

Venezia **67%**

Bari **38%**

5%

Bologna

8%

intermediari

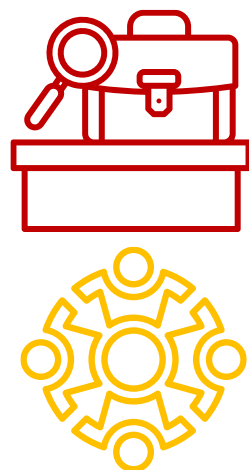


In quali città o regioni italiane la sua struttura ha organizzato eventi negli ultimi tre anni?

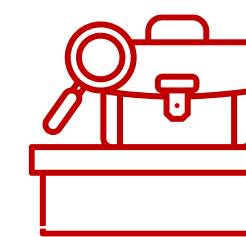
Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

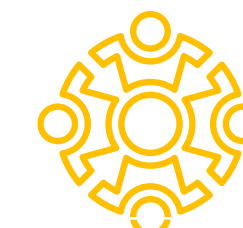
2022-2024 – NUMERO E TIPOLOGIA EVE



Tipologia	Numero medio eventi/anno
Aziende	5
Associazioni	10



Aziende



Associazioni

domanda
Italia



Parliamo degli eventi che la sua struttura ha organizzato, direttamente o indirettamente con l'aiuto di agenzie o tour operator, negli ultimi tre anni, ossia dal 2022 al 2024. Negli ultimi tre anni avete organizzato, al di fuori delle sedi aziendali, ...

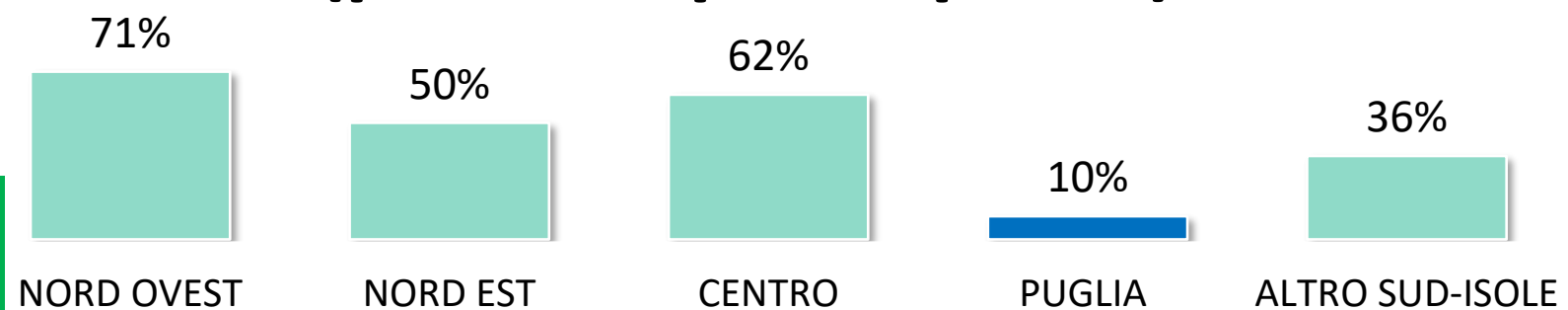
Base: 282 aziende o associazioni che hanno organizzato eventi nell'ultimo triennio

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

EVENTI 2022-2024 – AMBITO GEOGRAFICO

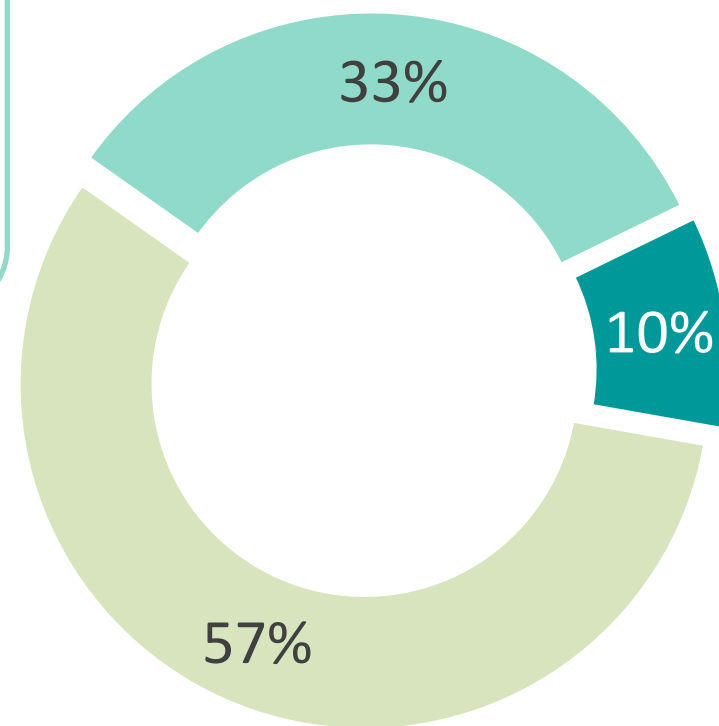


CITAZIONI REGIONI (possibili più risposte)

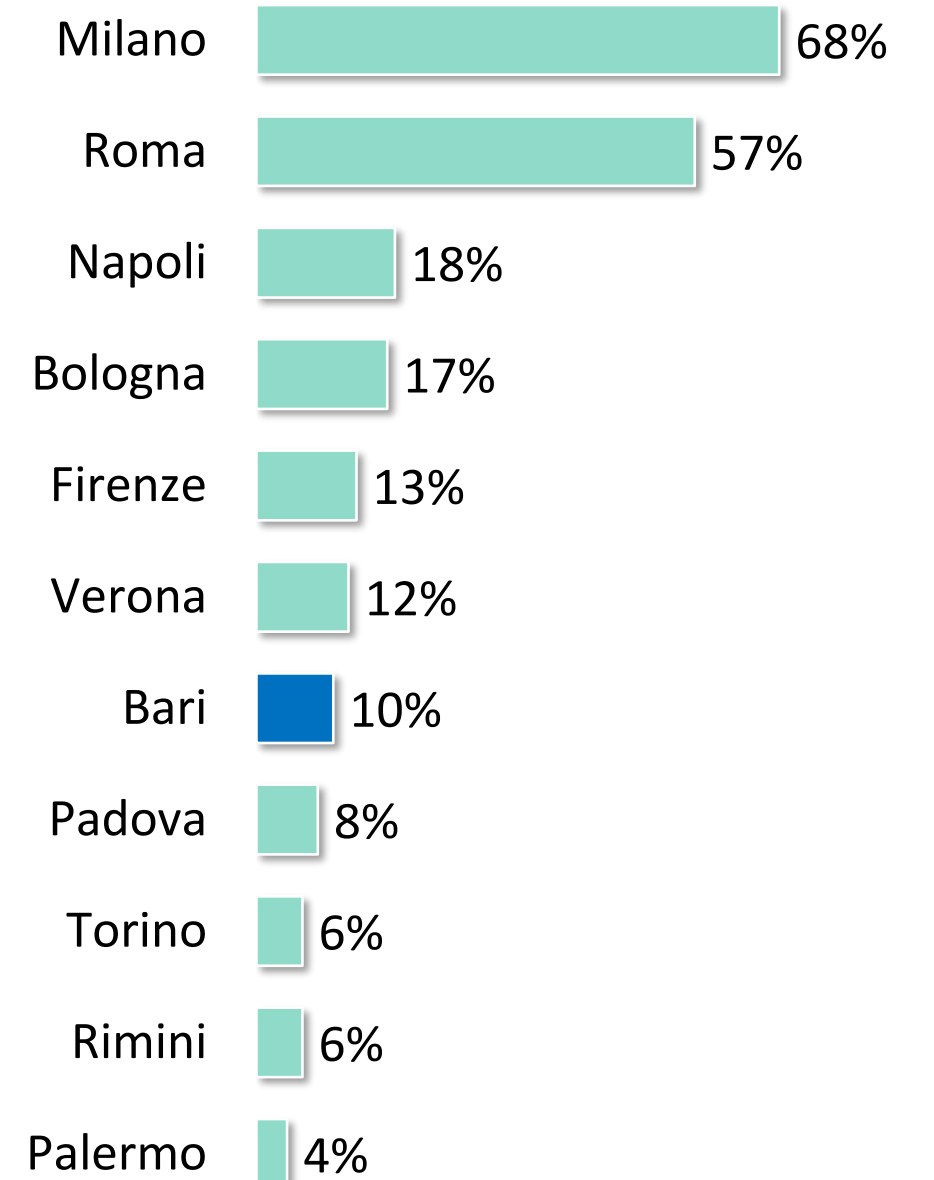


■ Regione in cui ha sede l'azienda
■ Altre regioni italiane

■ Nazioni estere



CITAZIONI CITTA' (possibili più risposte)



Ponendo pari a 100 gli eventi degli ultimi tre anni, come si distribuiscono per area in cui sono stati tenuti?

Qual è la regione in cui ha sede l'azienda? In quali altre regioni la sua azienda ha organizzato eventi negli ultimi tre anni? In quali nazioni estere la sua azienda ha organizzato eventi negli ultimi tre anni?

Base: 282 aziende o associazioni che hanno organizzato eventi nell'ultimo triennio

FATTORI CHE INFLUISCONO SULLA SCELTA DELLA SEDE



	Italia	intermediari	Globale	domanda Italia		
disponibilità di sale di ampia capacità	29%	71%	33%	55%	31%	47%
infrastrutture di trasporto efficienti	33%	67%	30%	65%	29%	46%
facilità di trasporto aereo/ vicinanza aeroporto	33%	67%	35%	53%	31%	47%
capienza alberghiera a 4/5 stelle	10%	86%	38%	50%	36%	33%
infrastrutture tecnologiche di supporto (wi-fi, larghezza banda, ecc.)	19%	67%	35%	63%	31%	43%
aspetti culturali e artistici della città sede del congresso	29%	33%	43%	45%	31%	29%
aspetti naturalistici e paesaggi della zona sede del congresso	29%	24%	55%	28%	30%	29%
capienza alberghiera a 3 stelle	14%	10%	43%	23%	38%	26%
valuta/tasso di cambio			40%	35%		
gastronomia, buon cibo	29%	52%	30%	53%	33%	31%
cultura, arte, storia	33%	29%	30%	45%	26%	30%
natura, paesaggi	33%	10%	45%	35%	29%	29%
sport, attività fisica	14%	10%	43%	28%	23%	25%
relax, salute	14%	5%	53%	28%	27%	28%
divertimento	14%	5%	38%	38%	23%	26%

■ Abbastanza

■ Molto

ORGANIZZAZIONE DI EVENTI IN PUGLIA



EVENTI DEGLI ULTIMI TRE ANNI (nel campione)

13.700 eventi

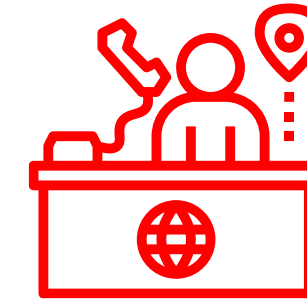
4.600/anno in media



Alberghi

11.900

3.960/anno



Agenzie

1.800

600/anno

3 stelle



9

4 stelle



45

5 stelle/5 stelle
lusso



22

media annua per struttura

offerta
Puglia



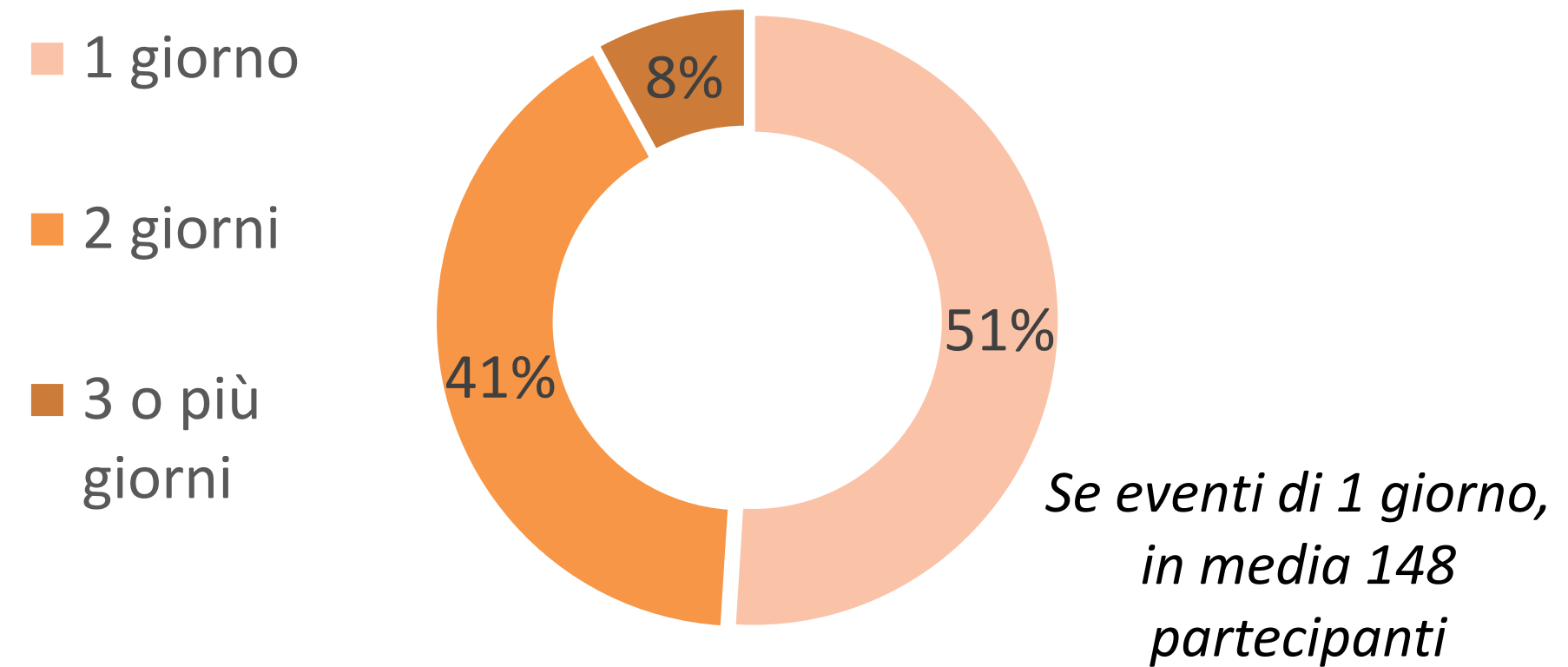
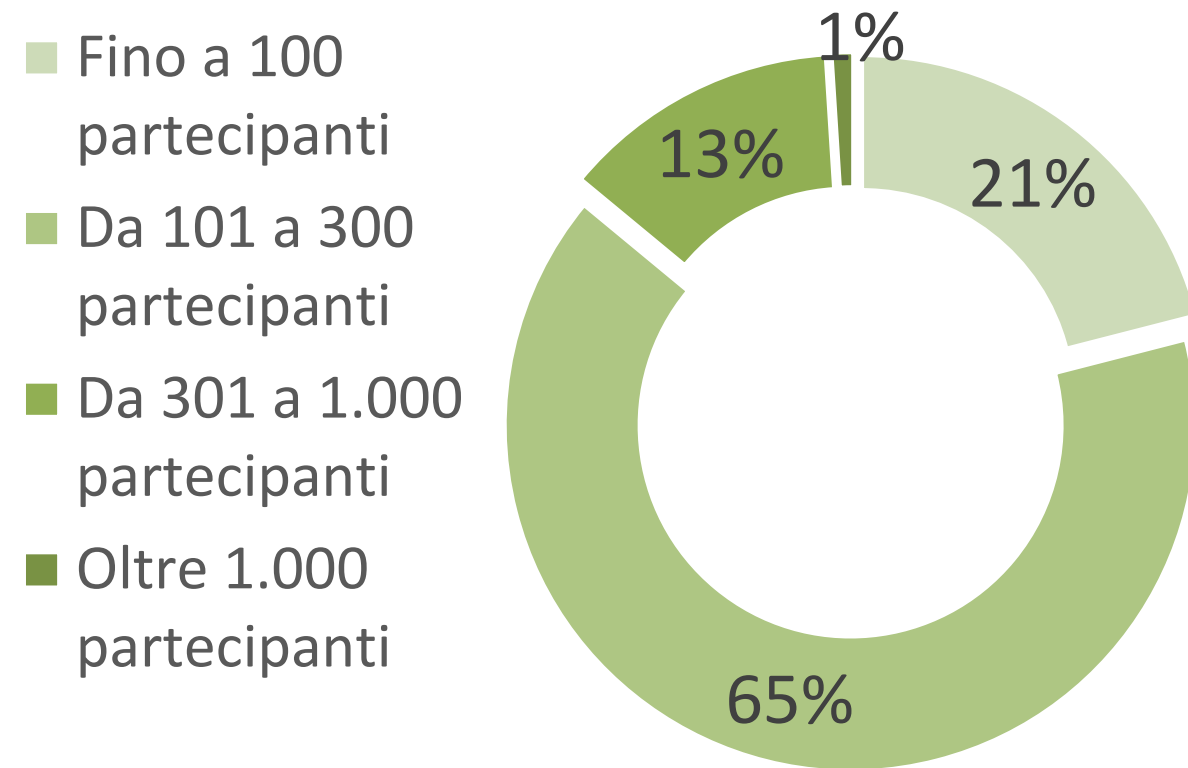
Parliamo della vostra attività di organizzazione congressi, convegni, riunioni e eventi per aziende, associazioni ed enti pubblici. Quanti eventi ha ospitato/organizzato la sua struttura negli ultimi tre anni, dal 2022 al 2024?

Parliamo della vostra attività di organizzazione congressi, convegni, riunioni e eventi per aziende, associazioni ed enti pubblici. Quanti eventi ha ospitato/organizzato la sua struttura negli ultimi tre anni, dal 2022 al 2024?

(Per le agenzie) Quanti di questi in Puglia?

Base: 123 alberghi e agenzie pugliesi che operano nel settore MICE

ATTIVITA' 2022-2024 – DIMENSIONE E DURATA



Media: 156 partecipanti
(217 in Italia tra le agenzie)

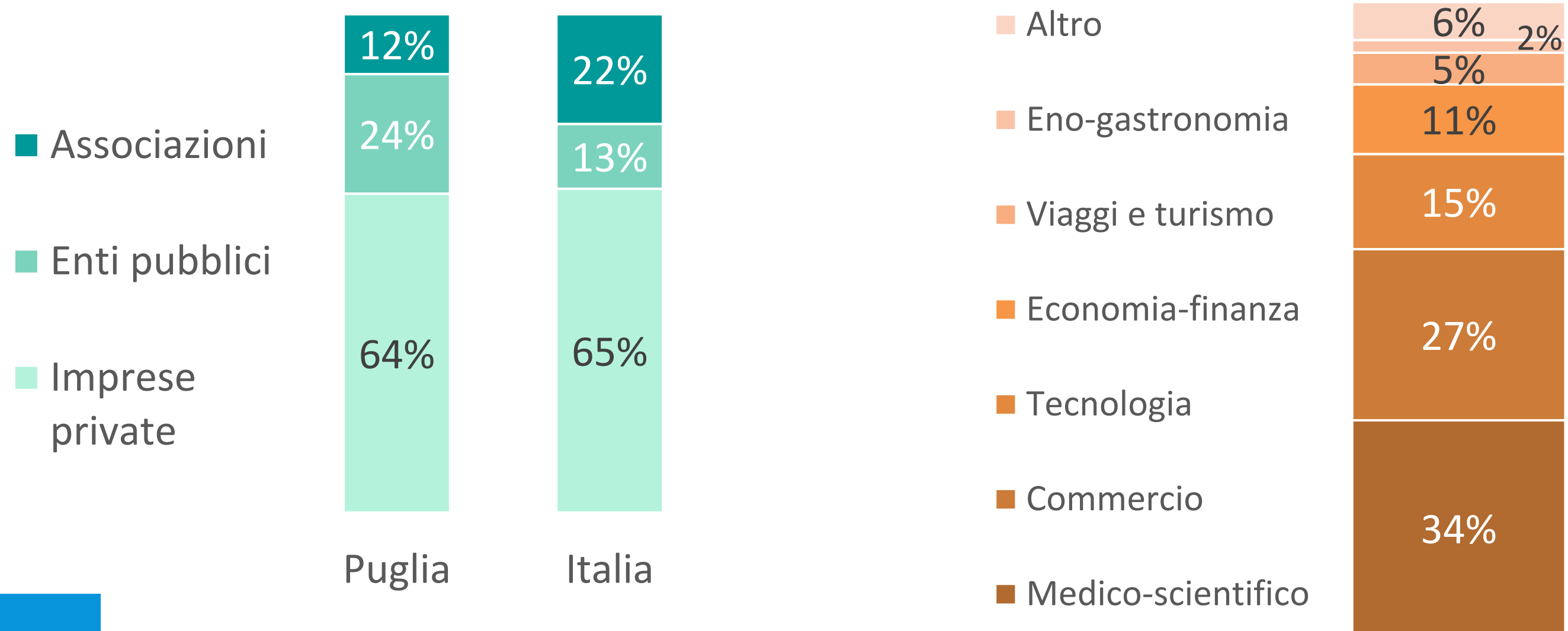
Media: 1,57 giorni
(2,02 in Italia tra le agenzie)

*Ponendo pari a 100 gli eventi degli ultimi tre anni, orientativamente come si distribuiscono per durata?
E come si distribuiscono per numero partecipanti?*

Base: 120 alberghi e agenzie pugliesi che hanno organizzato eventi



ATTIVITA' 2022-2024 – TIPOLOGIA CLIENTI E SETTORI/TEMI



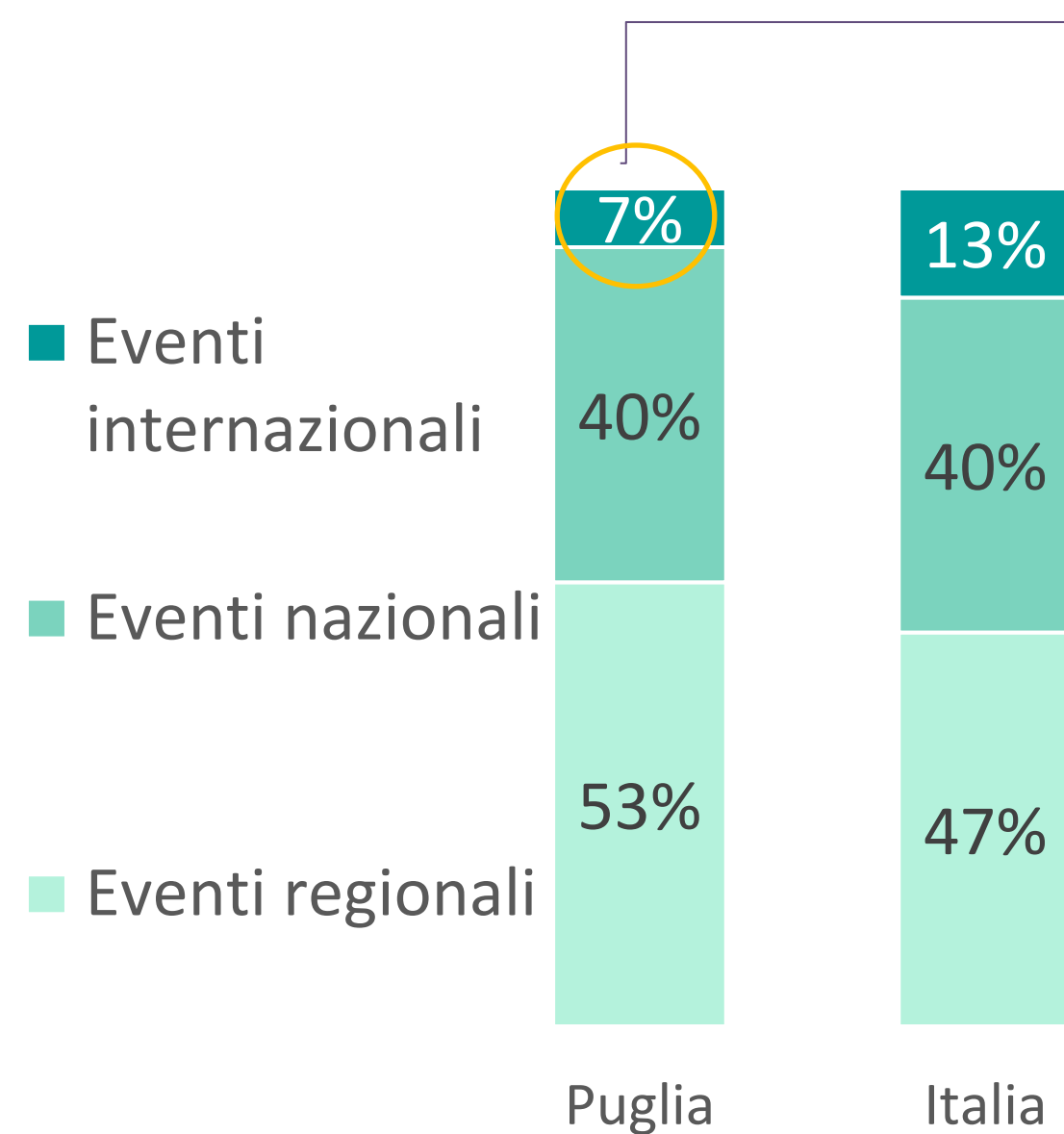
Ponendo pari a 100 gli eventi degli ultimi tre anni, come si distribuiscono per tipologia clienti?

E come si distribuiscono per settori/temi?

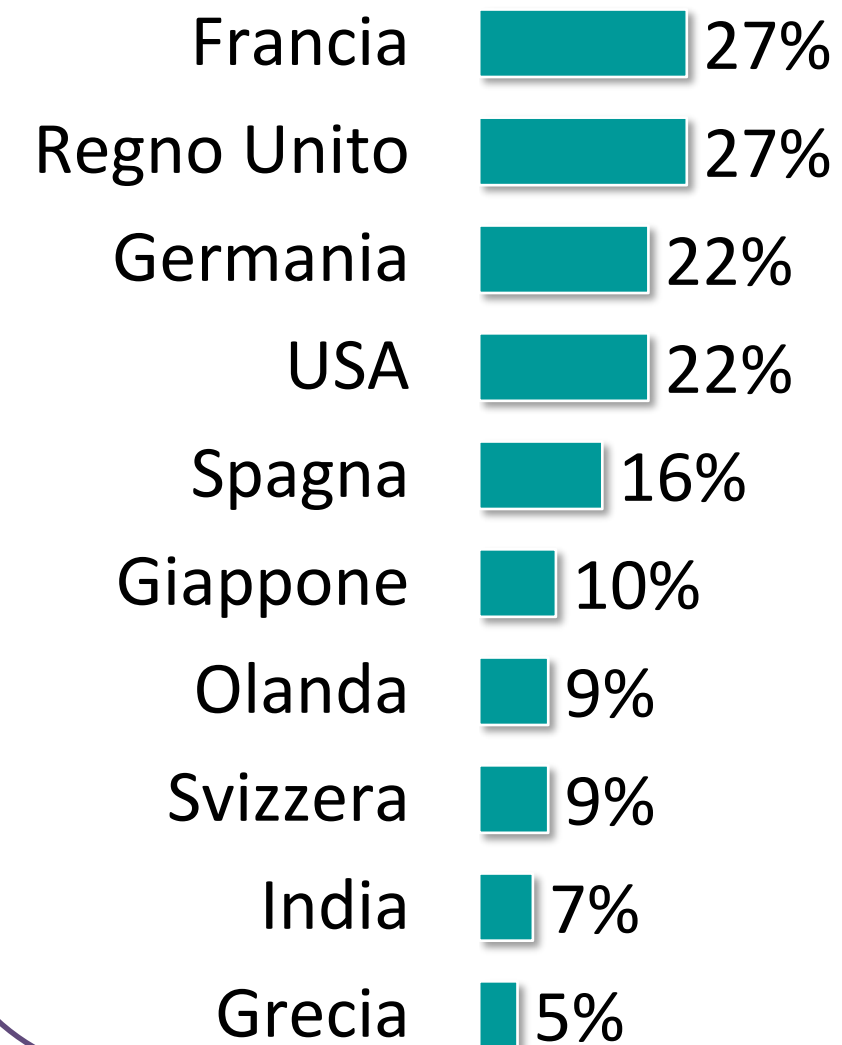
Base: 120 alberghi e agenzie pugliesi che hanno organizzato eventi

*Italia: «OSSERVATORIO ITALIANO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI» Rapporto 2024, Federcongressi & Eventi.

ATTIVITA' 2022-2024 – AMBITO GEOGRAFICO



NAZIONALITA' DEGLI EVENTI INTERNAZIONALI (possibili più risposte)



Ponendo pari a 100 gli eventi degli ultimi tre anni, come si distribuiscono per ambito geografico?

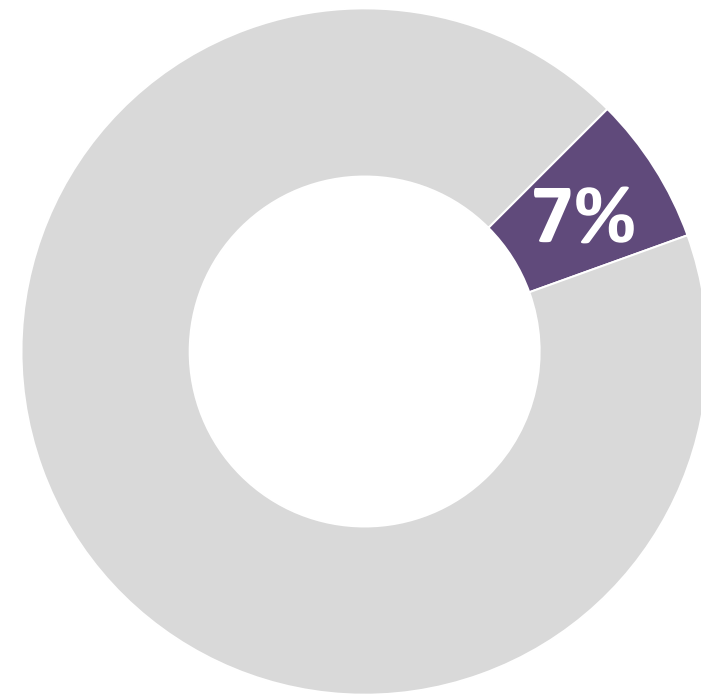
Quali sono le nazionalità dei congressi/convegni/riunioni internazionali che ha ospitato negli ultimi tre anni?

Base: 120 alberghi e agenzie pugliesi che hanno organizzato eventi; hanno organizzato eventi internazionali (n=45)

*Italia: «OSSERVATORIO ITALIANO DEI CONGRESSI E DEGLI EVENTI» Rapporto 2024, Federcongressi & Eventi.

VIAGGI INCENTIVE DAL 2022 AL 2024

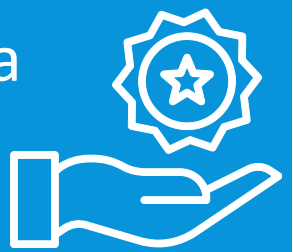
■ % viaggi incentive con riunioni negli ultimi 3 anni



350/anno
viaggi incentive con riunioni
+
350/anno
viaggi incentive senza riunioni



offerta
Puglia

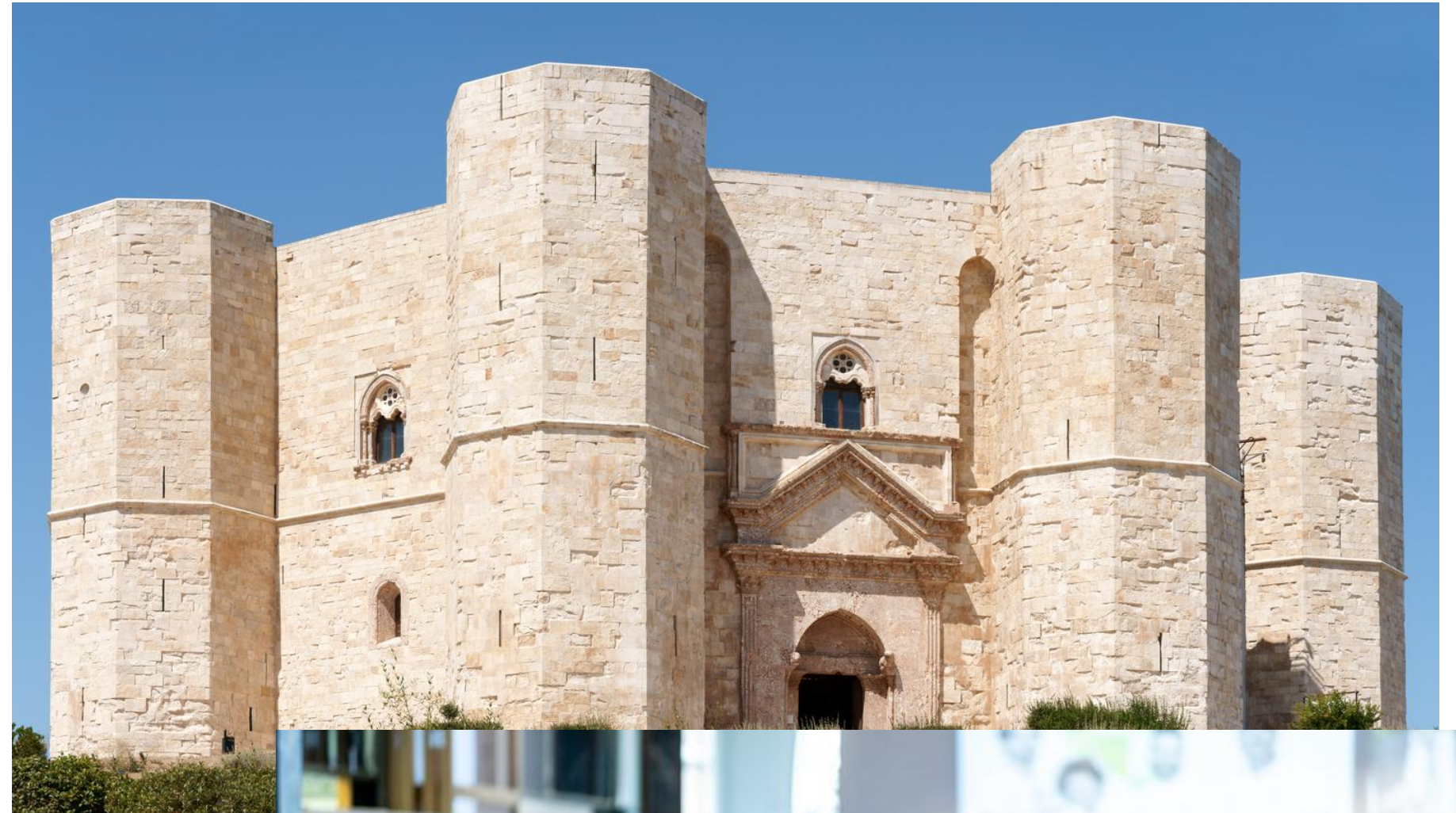


Degli eventi ospitati/organizzati negli ultimi tre anni, quanti possono essere definiti INCENTIVE, ossia viaggi premio offerti dalle aziende ai propri dipendenti, o altri stakeholder (fornitori, clienti, ecc.)?

La sua struttura ha ospitato/organizzato viaggi INCENTIVE che non hanno previsto riunioni, e quindi non sono già compresi negli eventi di cui abbiamo parlato finora? Quanti?

Base: 128 alberghi e agenzie pugliesi attivi nel settore MICE

LA PUGLIA COME SEDE CONGRESSUALE



VALUTAZIONE DELLA PUGLIA COME SEDE CONGRESSUALE



Italia

intermediari

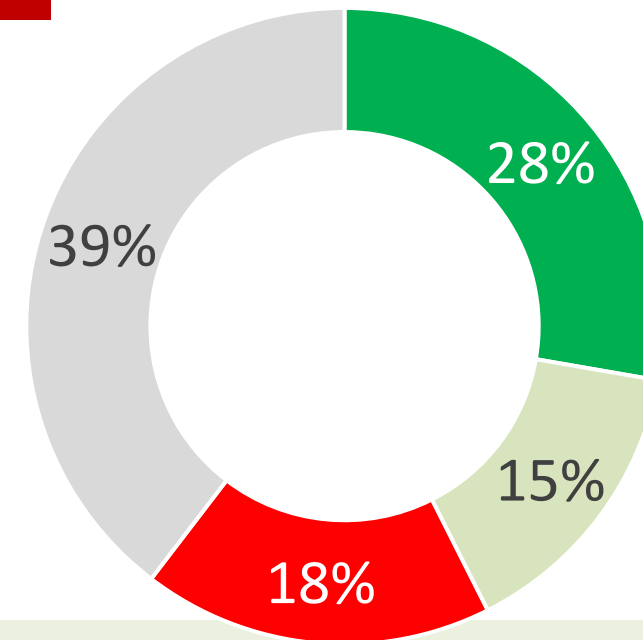
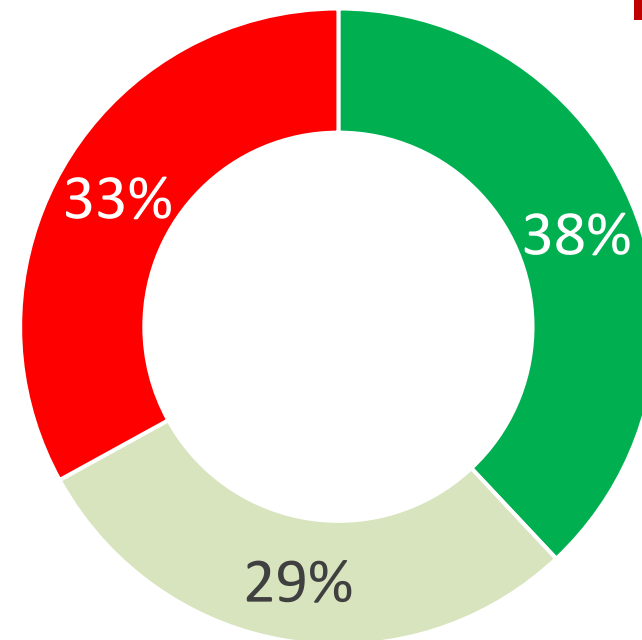


Altre
nazioni

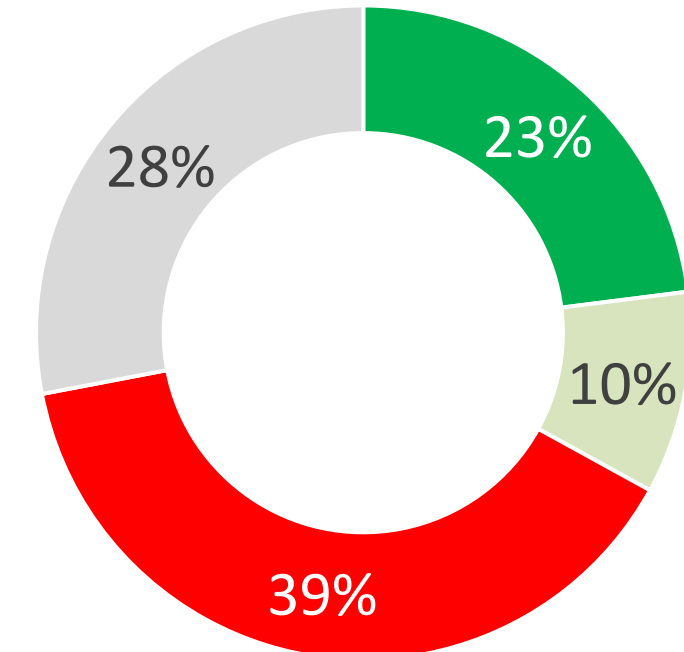
domanda
Italia



- Da 8 a 10
- 7
- Da 1 a 6
- Non sa indicare



Valutazione più elevata in Spagna e USA



L'organizzazione dei congressi in Puglia avviene in moltissime strutture alberghiere o villaggi/resort di 4 o 5 stelle, dove sono disponibili sale per eventi in presenza/modalità ibrida di ogni dimensione, compresa la possibilità di ospitare 1.000 partecipanti. Queste strutture sono ubicate a Bari e in diverse altre aree turistiche della Puglia. Quanto ritiene interessante l'offerta per l'organizzazione di congressi in Puglia, su scala da 1 a 10?

Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

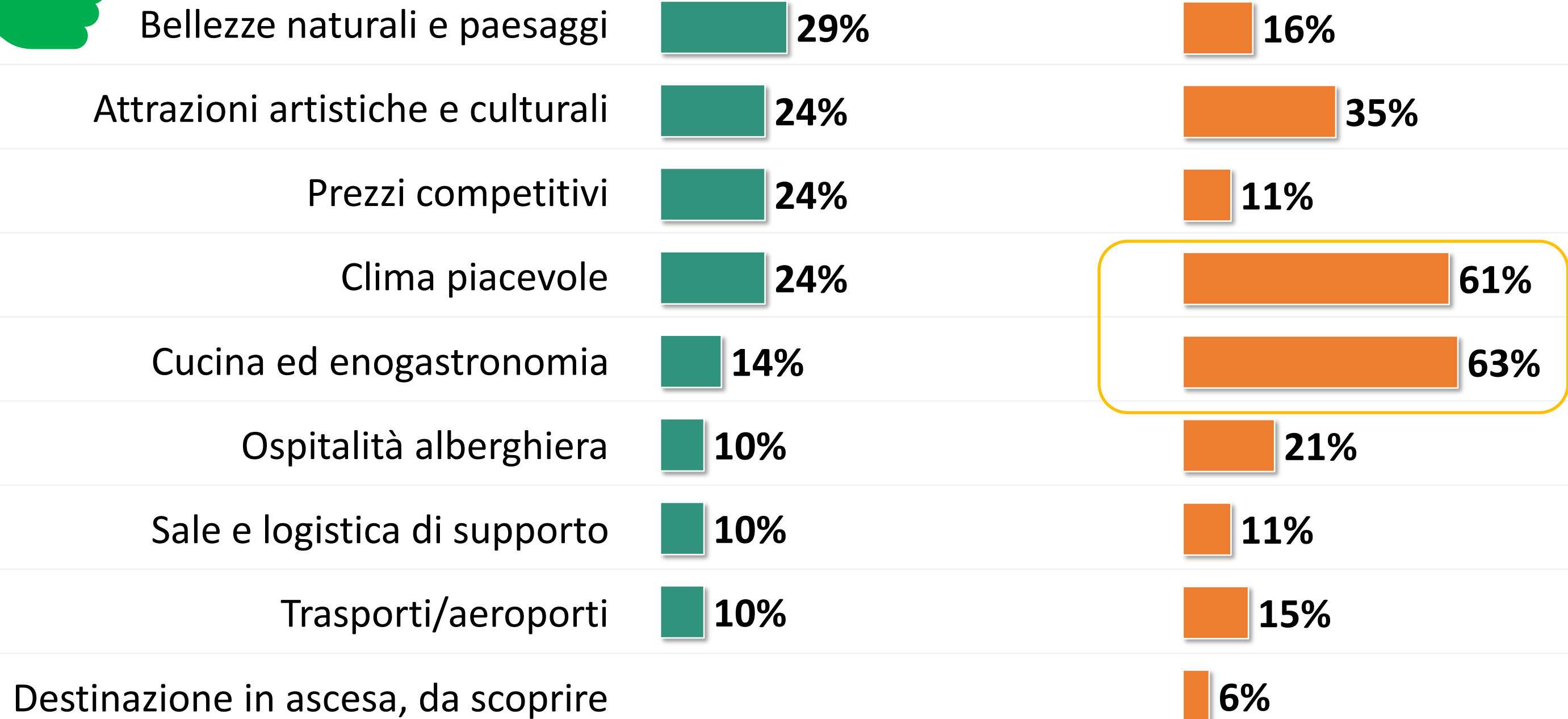
PUNTI DI FORZA DELLA PUGLIA COME SEDE CONGRESSUALE



Italia



Altre nazioni



ALTRI VANTAGGI:
Destinazione non inflazionata per i congressi

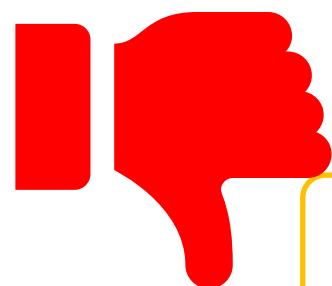


POSSIBILI PIU' RISPOSTE

Parliamo in generale della Puglia, quale sede di congressi o altri eventi internazionali/eventi nazionali o internazionali. Quale ritiene sia il principale vantaggio nell'organizzazione di eventi in Puglia, rispetto ad altre sedi congressuali italiane o internazionali? E poi quali altri?

Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

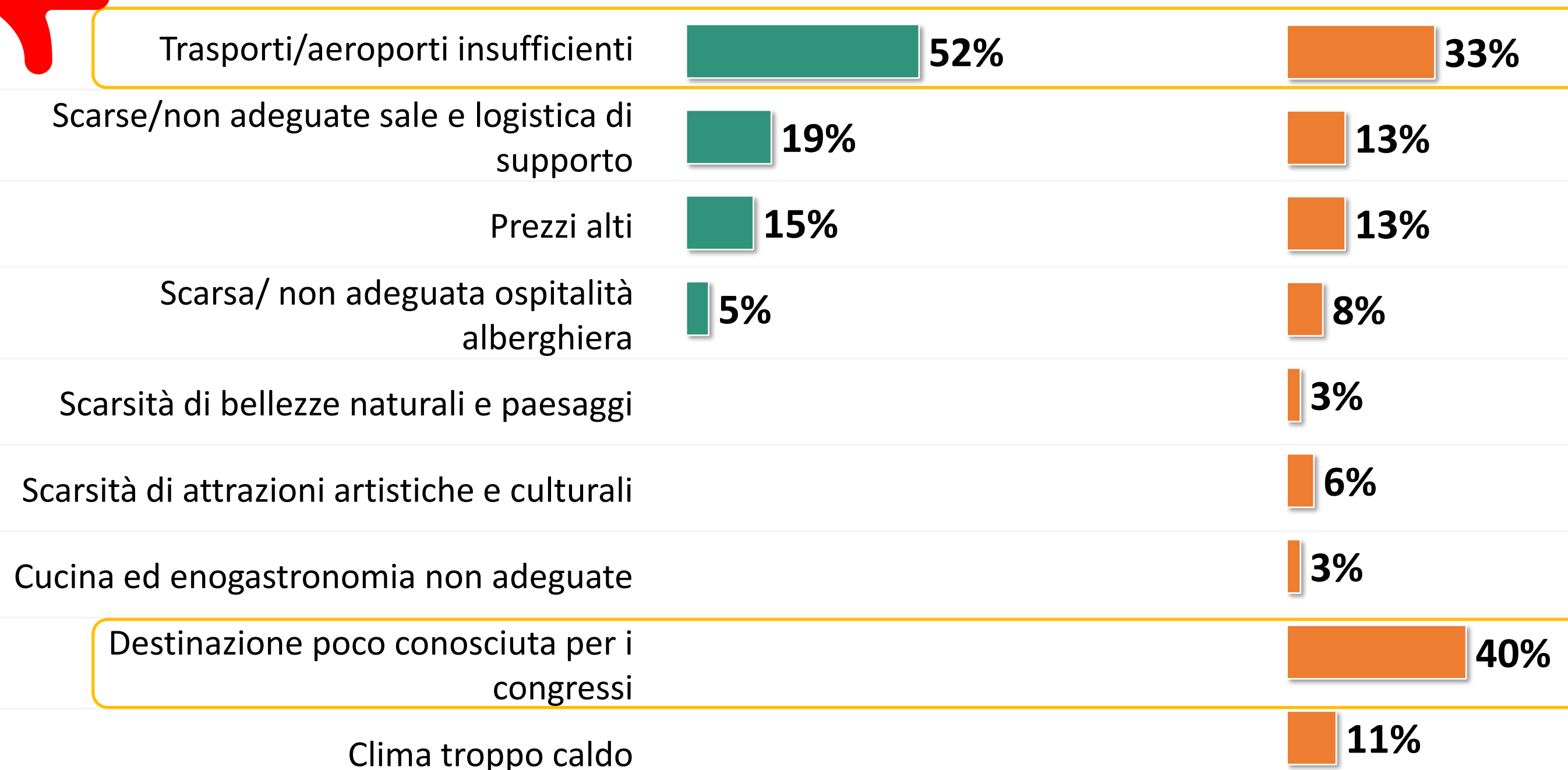
PUNTI DI DEBOLEZZA DELLA PUGLIA COME SEDE CONGRESSUALE



Italia



Altre nazioni



ALTRI SVANTAGGI:
Lingua
Lontananza
Non adeguato supporto per comunicazione e accesso web

intermediari

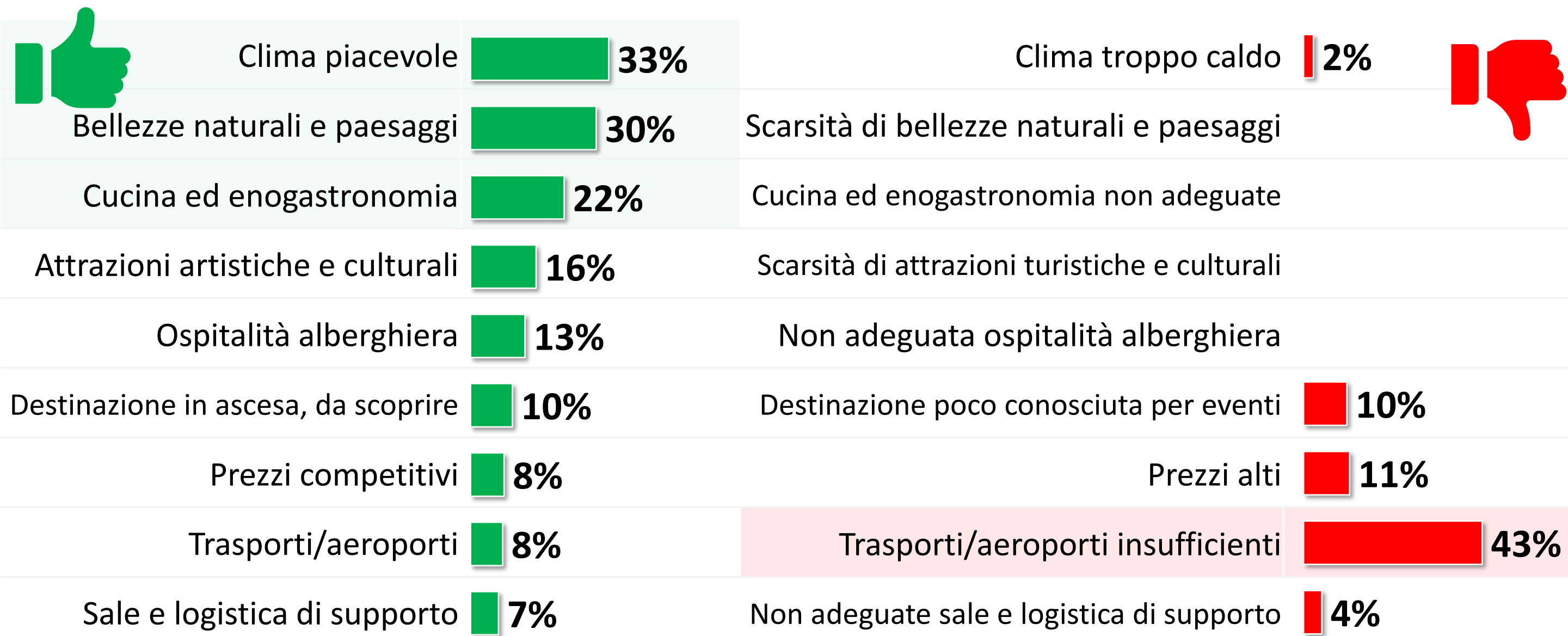


POSSIBILI PIU' RISPOSTE

E quale ritiene invece, sia il principale svantaggio nell'organizzazione di eventi in Puglia, rispetto ad altre sedi congressuali italiane o internazionali? E poi quali altri?

Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

PUNTI DI FORZA E DEBOLEZZA DELLA PUGLIA COME SEDE DI EVENTI



ALTRI VANTAGGI:
Fiera del Levante

ALTRI SVANTAGGI:
Ubicazione/distanza geografica
Destinazione non consona ad alcuni settori/business
Sale poco capienti

POSSIBILI PIU' RISPOSTE



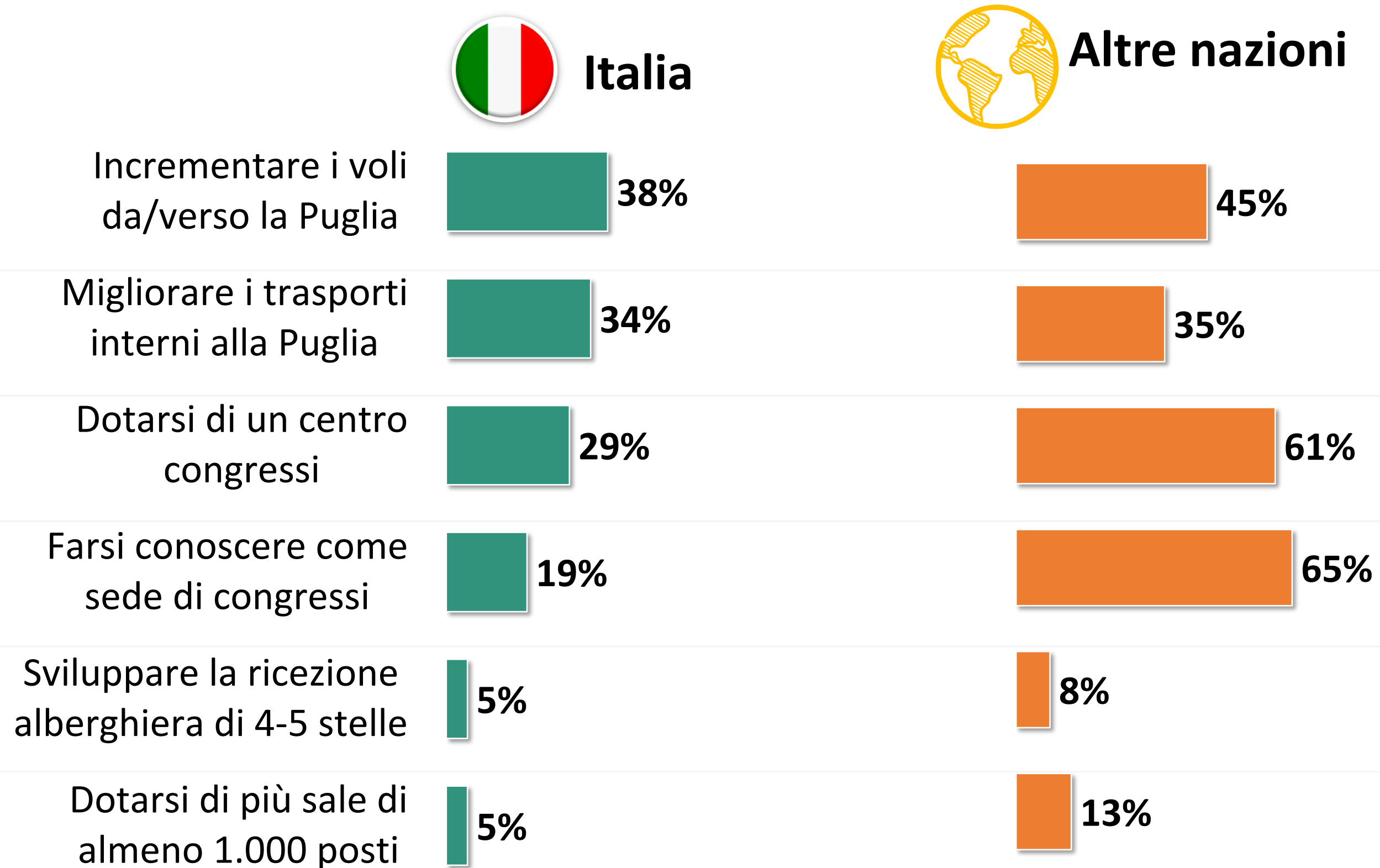
Parliamo in generale della Puglia, quale sede di congressi o altri eventi nazionali o internazionali. Quale ritiene sia il principale vantaggio nell'organizzazione di eventi in Puglia, rispetto ad altre sedi congressuali italiane o internazionali? E poi quali altri?
E quale ritiene invece, sia il principale svantaggio nell'organizzazione di eventi in Puglia, rispetto ad altre sedi congressuali italiane o internazionali? E poi quali altri?

Base: 300 aziende o associazioni che organizzano eventi

IL FUTURO DEL MICE IN PUGLIA



COSA FARE PER DIVENTARE IMPORTANTE SEDE CONGRESSUALE



E inoltre...

- Farsi conoscere/ frequentare eventi per mostrare le location
- Avere una piattaforma online per tutte le opzioni disponibili
- Migliori hotel
- Incrementare la capacità di ospitare
- Rinnovare i servizi intermediari in Bari

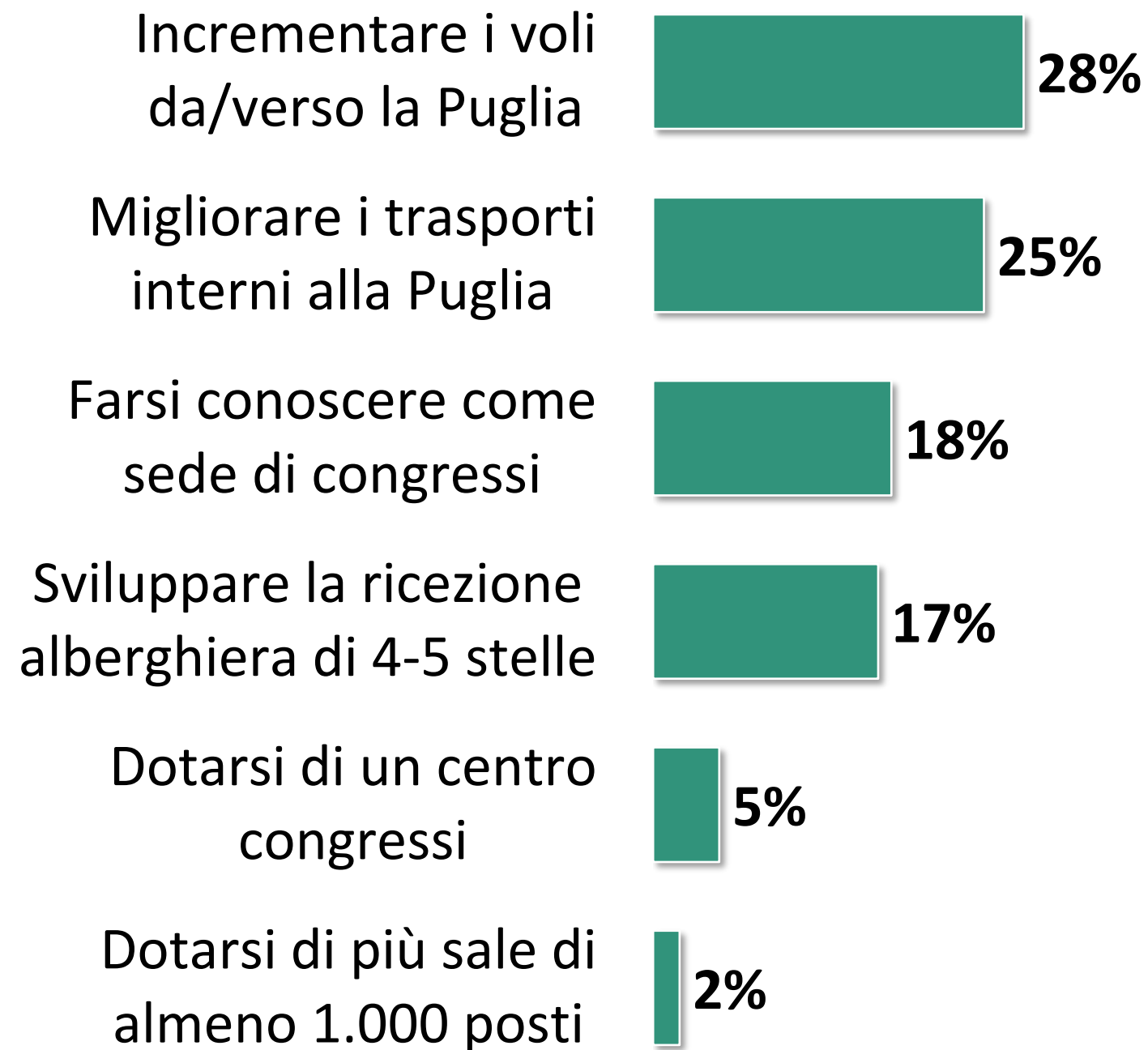


Quali passi secondo lei la Puglia dovrebbe intraprendere per diventare un'importante sede congressuale?

Base: 61 agenzie/tour operator (Italia n=21; altri paesi n=40)

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

COSA FARE PER DIVENTARE IMPORTANTE SEDE CONGRESSUALE



E inoltre...

- Farsi conoscere/organizzare di più/promuoversi
- Migliorare le strutture in generale
- Aprirsi a monte/ampliare le aree di interesse
- Fiere

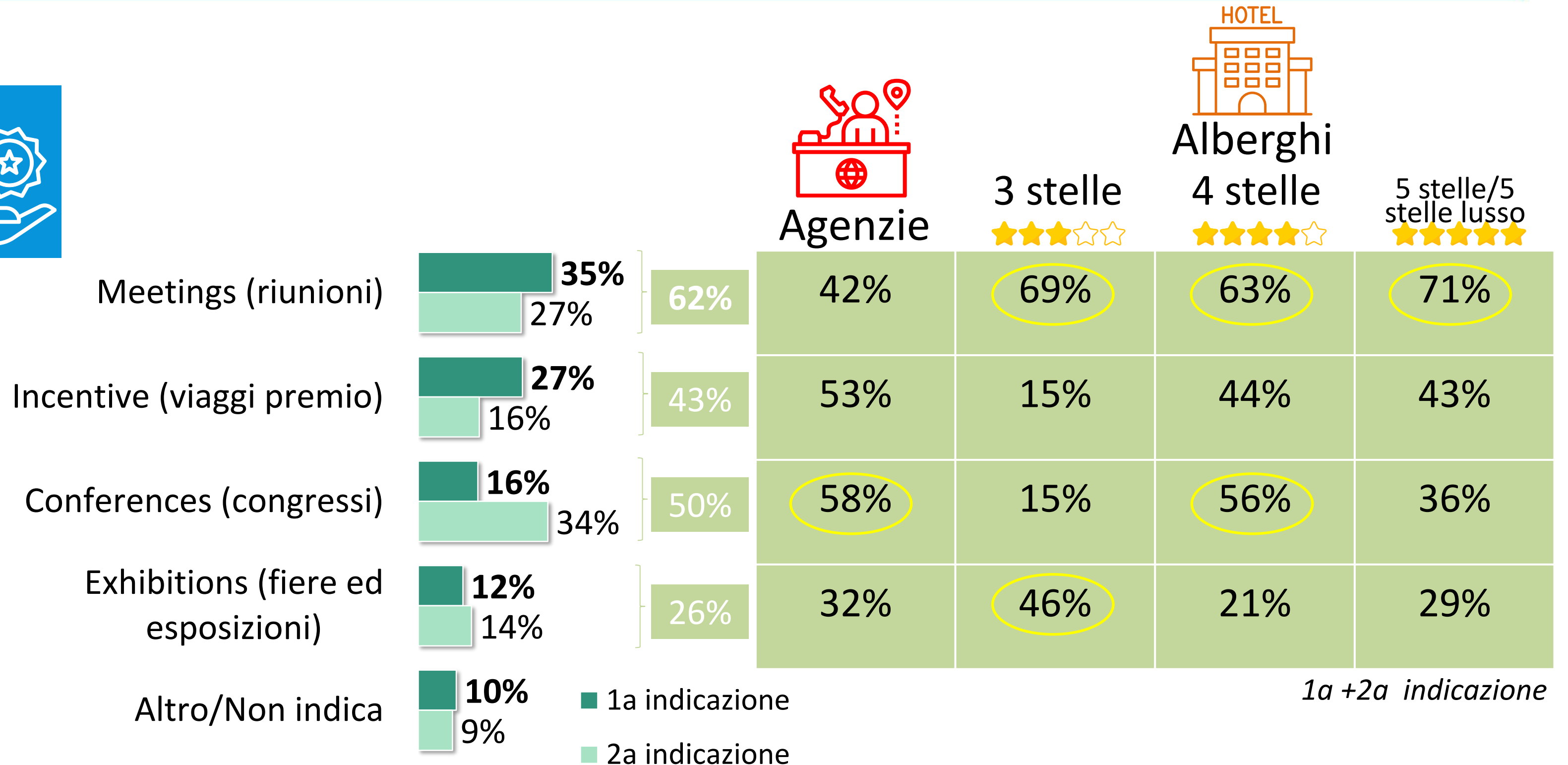


Quali passi secondo lei la Puglia dovrebbe intraprendere per andare incontro alle esigenze di clienti come la vostra organizzazione?

Base: 300 aziende o associazioni che organizzano eventi

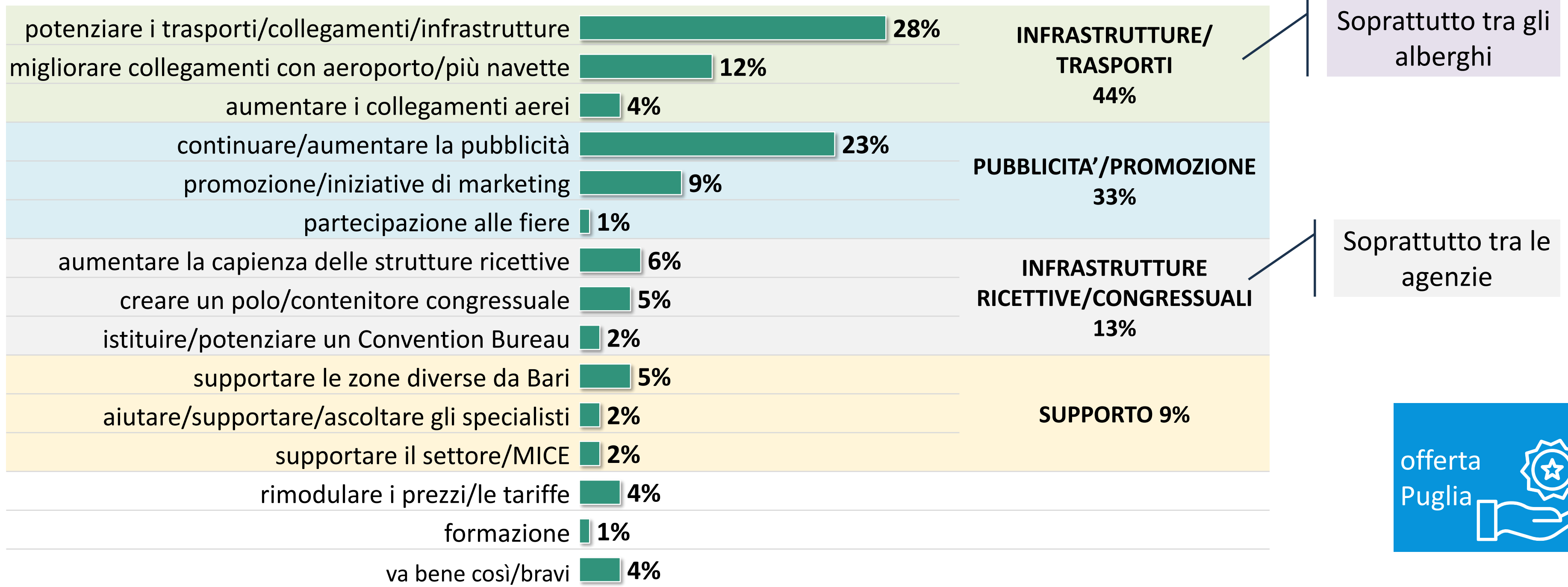
POSSIBILI PIU' RISPOSTE

SU COSA SI DOVREBBE PUNTARE



Tra le diverse aree di attività di questo settore, denominato MICE, che indica Meetings (riunioni ed eventi perlopiù aziendali), Incentive (viaggi premio), Conferences (convegni e congressi), Exhibitions (fiere o altre esposizioni minori), su quale reputa che la Puglia dovrebbe puntare? E poi quale altra?
 Base: 128 alberghi e agenzie pugliesi attivi nel settore MICE

COSA FARE AFFINCHÉ LA PUGLIA DIVENTI UN'IMPORTANTE SEDE CONGRESSUALE



Secondo lei cosa si dovrebbe fare, quali passi si dovrebbe intraprendere, affinché la Puglia diventi un'importante sede congressuale?

POSSIBILI PIU' RISPOSTE

Base: 109 alberghi e agenzie pugliesi che danno suggerimenti

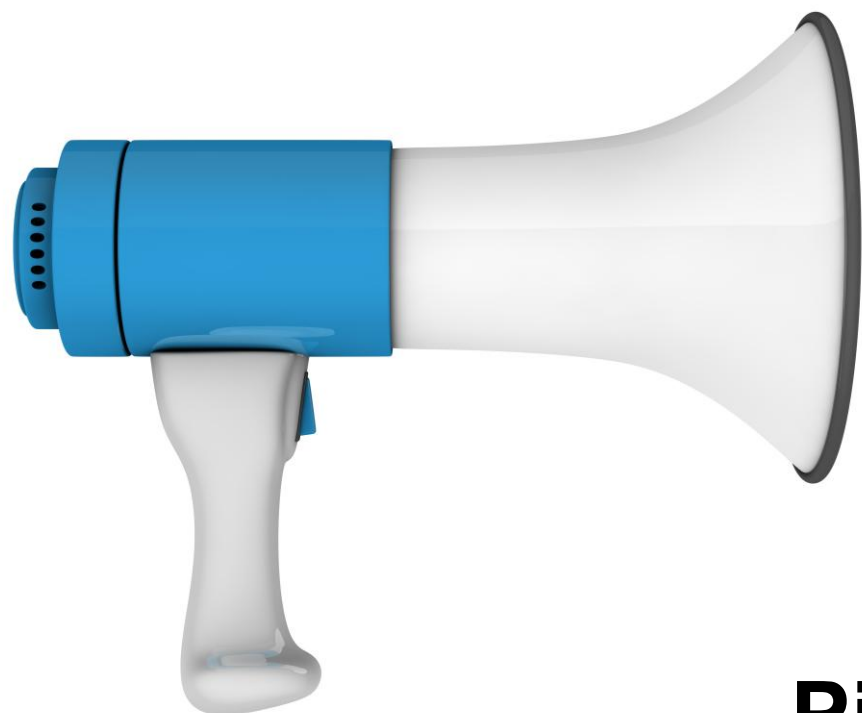
CONCLUSIONI



CONCLUSIONI: SU COSA LAVORARE

Tutti concordano sul fatto che la Puglia dovrebbe lavorare su alcuni fronti per accreditarsi e crescere come location congressuale:

Miglioramento dei trasporti e dei collegamenti aerei per gli italiani, che sentono la Puglia lontana e poco raggiungibile.



Piano comunicativo per gli intermediari stranieri: la Puglia deve assolutamente farsi conoscere come sede congressuale, costituire un Convention Bureau, instaurare partnership con gli operatori.

Piano promozionale e delle iniziative di marketing per gli operatori MICE pugliesi.

CONCLUSIONI: PIANO NEL BREVE PERIODO

Proponiamo una strategia articolata su tre orizzonti temporali: breve, medio e lungo periodo.

Breve periodo: coordinamento e promozione mirata

- Istituzione di un Convention Bureau regionale, con il compito di:
 - coordinare l'offerta territoriale in occasione di grandi eventi
 - rappresentare e promuovere la destinazione Puglia nel panorama MICE nazionale e internazionale
 - favorire l'innovazione tecnologica delle sedi esistenti.
- Miglioramento dei collegamenti interni, con particolare attenzione, all'accessibilità dagli aeroporti ai principali poli congressuali individuati nelle sedi con capienza attuale o potenziale superiore ai 1.000 partecipanti (Bari, provincia di Brindisi e provincia di Taranto).



CONCLUSIONI: PIANO NEL MEDIO-LUNGO PERIODO

Medio periodo: potenziamento della visibilità e dell'accessibilità

- Sviluppo di collegamenti aerei diretti
- Campagne di comunicazione mirate.

Lungo periodo: infrastrutture e grandi eventi

- Creazione e potenziamento di infrastrutture fieristiche e congressuali, coerenti con le vocazioni produttive e settoriali del territorio
- Sviluppo e attrazione di grandi eventi MICE.

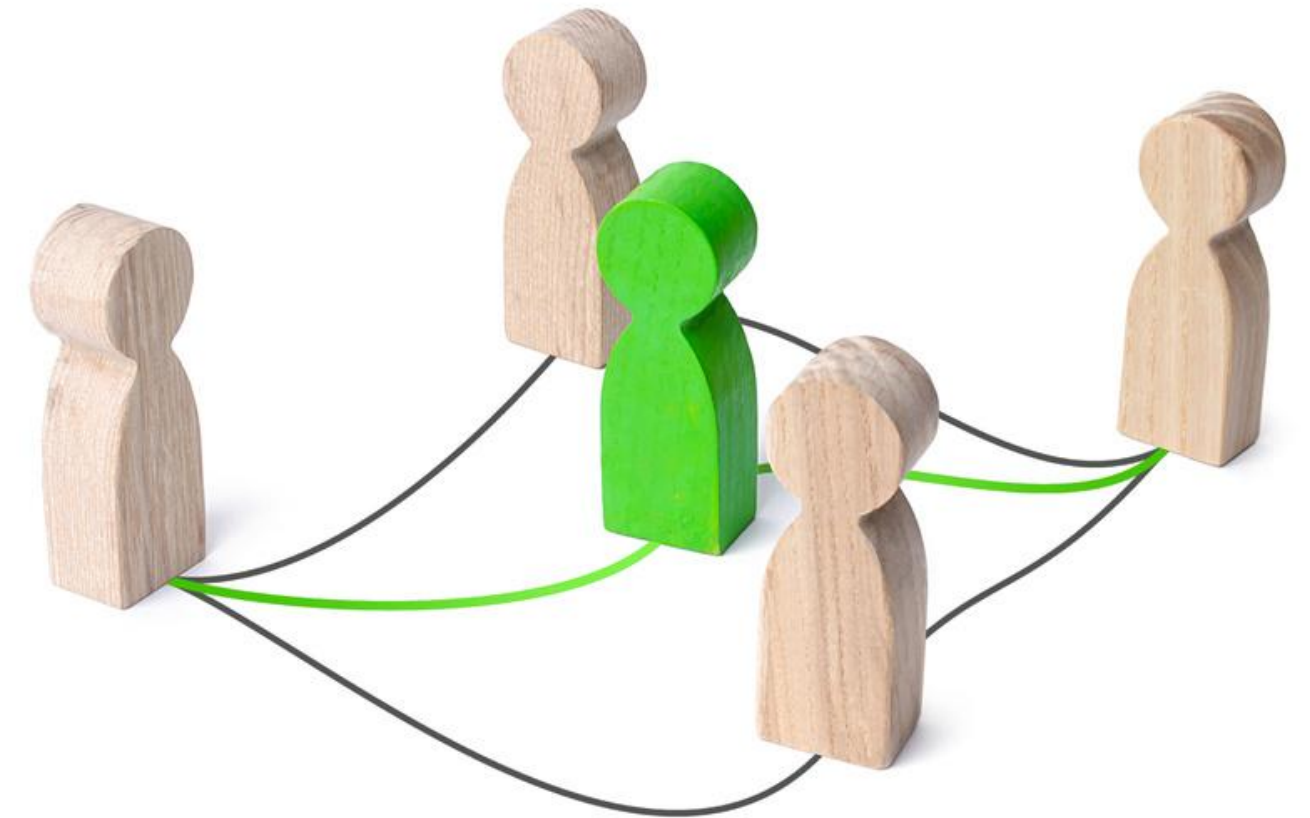


CONCLUSIONI: RUOLO DEGLI INTERMEDIARI

Con riferimento ai target su cui operare, gli intermediari sono gli interlocutori primari, presso cui agire in tempi rapidi:

Innanzitutto gli intermediari italiani, che hanno una elevata propensione per la Puglia.

Quindi gli intermediari di altri paesi, ricordando che tra le nazioni esplorate hanno mostrato una maggiore propensione, in ordine di graduatoria: Spagna, Olanda e Germania.





Grazie per l'attenzione!

Per ulteriori informazioni:

osservatorio@aret.regione.puglia.it
aret.regione.puglia.it - dms.puglia.it

DATA PLATFORM:
<https://osservatorio.dms.Puglia.it>

#WeAreINPUGLIA®



UNIONE EUROPEA



REPUBBLICA ITALIANA



REGIONE PUGLIA



Puglia
PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

POC PUGLIA 2014/2020 – ASSE VI - AZIONE 6.8

