



Meeting & Events

L'ultima analisi del Global Economic Significance of Business Events rileva il valore economico dell'industria degli eventi e i trend del 2019 **di Barbara Ainis**

Il peso complessivo del business degli eventi a livello globale è pari a 1.500 miliardi di dollari. Sarebbe a dire, la 13ma economia più importante del mondo

Sebbene l'importanza dell'industria degli eventi abbia dimostrato la sua centralità a livello internazionale ormai da tempo, ancora non esistevano dati coerenti e complessivi sull'impatto economico mondiale di meeting, convention, congressi e incentive. A colmare questa lacuna è intervenuto il Global Economic Significance of Business Events, il primo studio globale di questo genere, promosso dall'Event Industry Council, con sede a Washington DC, e realizzato da Oxford Economics, con

l'obiettivo di quantificare il peso economico del settore e il ruolo di motore dello sviluppo economico a livello internazionale. Lo studio, condotto in collaborazione con Imex, Hilton, MPI Foundation e PCMA Education Foundation, ha considerato gli eventi del 2017 in oltre 180 Paesi che complessivamente hanno generato una spesa diretta pari a 1.070 miliardi di dollari (incluso le spese di organizzazione e produzione dei diversi eventi business, viaggi correlati e altre spese dirette come quelle fieristiche),



con un impatto sul PIL diretto pari a 6241,4 miliardi di dollari e oltre 10,3 milioni di posti di lavoro. Se si considera il peso complessivo del settore, includendo impatto diretto, indiretto e indotto, stiamo parlando di un contributo al PIL globale pari a 1.500 miliardi, ossia equivalente alla 13ma economia più importante del mondo, che verrebbe prima di quella di Paesi come l'Australia, la Spagna, il Messico, l'Indonesia e l'Arabia Saudita.

I trend 2019

A livello globale le attese per il 2019 dei business events sono decisamente positive. Come riportato dallo studio 2019 Meetings & Events Future Trends pubblicato da CWT Meetings & Events, la domanda di meeting ed eventi sarebbe de-

L'analisi

Il Global Economic Significance of Business Events ha preso in considerazione gli eventi (convention, conferenze, congressi, trade show e fiere, incentive, corporate event e altri meeting) che hanno avuto luogo in oltre 180 Paesi nel 2017, con un minimo di 10 partecipanti e almeno quattro ore di durata, in location contrattualizzate. Ne è stato misurato l'impatto economico diretto (pianificazione e produzione degli eventi), indiretto (occupazione e redditi generati nella filiera dei fornitori) e indotto (occupazione e redditi generati nell'economia globale attraverso le spese di quanti impiegati direttamente o indirettamente nel settore).

La quasi totalità (96%) della spesa diretta per eventi business è in capo ai Paesi Top 50 presi in considerazione dalla ricerca: ben 1.033 miliardi di dollari sul totale di 1.070, con in testa Nord America (35,6%), Europa Occidentale (30,3%) e Asia (25,3%). In media la spesa complessiva per ogni partecipante nel 2017 si è attestata su 704 dollari, alquanto variabile a seconda delle macroaree: 1.156 dollari in Nord America, 731 dollari in Europa Occidentale e 562 dollari in Asia. A dominare la classifica quanto a partecipanti sono invece i Paesi asiatici, che da soli hanno mosso 482,7 milioni di business traveller, pari al 31,7% del totale, seguiti da quelli dell'Ovest Europa (444,4 milioni di partecipanti con il 29,2%) e da quelli nordamericani (329,7 milioni di viaggiatori d'affari, pari al 21,7% del totale).

Il ranking globale è dominato da tre colossi: USA al primo posto, con 325 miliardi di spesa diretta e quasi 2,5 milioni di posti di lavoro nel settore; Cina al secondo, 132,4 miliardi di direct spending e 1,844 milioni di occupati; Germania al terzo posto, con 123,7 miliardi di spesa diretta e 997mila posti di lavoro. L'Italia si posiziona al 7° posto, con 32,5 miliardi di spesa diretta, 17,7 miliardi sul PIL diretto, 250mila occupati e 56,41 milioni di partecipanti, con una spesa media di 576 dollari. Preceduta da UK (4°), Giappone (5°) e Canada (6°), le sue performance sono però migliori di quelle di diretti concorrenti come Francia (9°, ma con una spesa media per partecipante maggiore, pari a 642 dollari) e Spagna (12°).

stinata a crescere quest'anno tra il 5 e il 10%, con un aumento della dimensione media dei meeting in quasi tutte le aree geografiche. «Il settore meeting ed eventi a livello mondiale può attendersi un 2019 al rialzo», afferma **Kurt Ekert**, President & CEO di Carlson Wagonlit Travel. «Oltre alla crescente domanda in tutto il mondo, prevediamo anche a livello globale un aumento del 3,7% delle tariffe alberghiere e del 2,6% di quelle aeree». Londra, Mosca e Barcellona conquistano i gradini del podio per quanto riguarda l'area Europa-Medio Oriente-Africa, seguite da Berlino, Amburgo, Vienna, Stoccolma, Colonia, Parigi e Francoforte. L'Italia resta fuori dalla Top Ten, ma nel 2019 Milano sarà una delle città da cui ci

Non più solo eventi tradizionali, ma anche e soprattutto format innovativi che stimolino il coinvolgimento e la soddisfazione dei partecipanti

si aspettano grandi risultati, insieme ad Amburgo e ad Atene.

I trend che domineranno la scena nell'anno appena cominciato mirano all'ottimizzazione di spese e organizzazione e al miglioramento dell'esperienza. **La pianificazione** risulterà fondamentale: prenotare eventi e meeting per piccoli gruppi con almeno un mese di anticipo e con oltre 75 giorni per gruppi numerosi sarà la chiave per un risparmio del 5-10%. **Lo**

Strategic Meeting Management (SMM) supererà i confini USA, dove già è ampiamente adottato, e offrirà la possibilità di ridurre del 22% il tempo speso per il sourcing e offrire in media un ulteriore risparmio del 19% sui pernottamenti. **L'innovazione tecnologica** nel settore – realtà aumentata, realtà virtuale, IA, social media, app e microsite ad hoc – permette di creare esperienze più coinvolgenti e personalizzate per il partecipante,



oltre che di acquisire e raccogliere moltissimi preziosi dati, nel rispetto delle regole del GDPR. Un'altra importante tendenza è rappresentata dall'uso degli **online booking tool** per prenotare i trasferimenti dei gruppi, garantendo una riduzione dei costi e delle problematiche organizzative: queste piattaforme possono essere integrate nel processo di registrazione dell'evento, offrendo ai partecipanti l'accesso ai voli e agli hotel preferen-



ziali in un unico strumento. **La creatività** sarà l'elemento principe. Nel 2019 aumenterà la domanda di spazi e attività non convenzionali (dalle case sugli alberi alle terrazze all'ultimo piano, alle piccole isole, fino alla "festivalization"), in particolare nelle destinazioni top per gli incentivi negli USA e in Europa. **Nuovi format** coinvolgeranno sempre più i partecipanti nella creazione di contenuti (tramite questionari), nell'identificazione degli argomenti e nella scelta degli speaker (sull'onda dei TED Talks). **La sicurezza** resta tra le priorità nella pianificazione di meeting ed eventi, ma sembra che gli attacchi terroristici in Regno Unito, Germania, Spagna e Francia nel 2016 e nel 2017 non abbiano indebolito la domanda per Londra, Berlino, Barcellona e Parigi. **Le tariffe aeree** dell'Europa occidentale cresceranno più rapidamente a livello mondiale, con un aumento previsto del 4,8% nel 2019, così come i prezzi degli hotel, che in questi Paesi aumenteranno più che nelle altre aree geografiche (+5,6% nel 2019).

La pianificazione resta un trend fondamentale, sia per piccoli gruppi come per i grandi eventi. E consente un risparmio tra il 5 e il 10%

