

Imprese. a Milano gli Stati generali degli eventi, comparto vale oltre 1 miliardo

Da Agenzia Nova – Si è tenuta oggi a Milano, al Talent Garden Calabiana, la seconda edizione degli Stati generali degli eventi, l'appuntamento promosso da Adc Group e powered by Plesh e Bea/Club degli eventi, che riunisce i principali protagonisti della Event industry per una fotografia dello stato attuale del comparto e delle prospettive future. I lavori quest'anno sono stati aperti dal viceministro alle Imprese e al Made in Italy Valentino Valentini. Olimpiadi, Expo, Coppa del Mondo, Europei di calcio e tanto sport: sono solo alcuni tra gli oltre 380 grandi eventi che saranno organizzati, a livello globale, nei prossimi dieci anni con investimenti medi annui superiori a 3,4 miliardi di euro e con spese operative annue superiori a 3,6 miliardi. Il mercato italiano degli eventi, che nel 2024 ha visto la realizzazione di 635 eventi tenendo conto del panorama internazionale, come riportato da una ricerca di quest'anno dell'International Congress and Convention Association, è un ecosistema vitale, secondo solo a quello degli Stati Uniti per il numero di grandi eventi organizzati, che cuba un valore superiore al miliardo (+16,3 per cento rispetto al 2023) con una previsione di crescita fino a 1.183 miliardi di euro entro il 2025 secondo il 20mo Monitor sul mercato degli Eventi realizzato da Adcgroup con la collaborazione di Astra ricerche e club degli eventi.

“La event Industry è un'espressione fondamentale del sistema Paese, una filiera che non solo genera un valore economico importante, ma che porta l'eccellenza italiana nel mondo – dichiara il viceministro alle Imprese e al Made in Italy, Valentino Valentini -. Un luogo di espressione per il Made in Italy. Appuntamenti come le Olimpiadi invernali di Milano-Cortina 2026 rappresentano opportunità storiche e l'Italia deve farsi trovare pronta, trasformando queste occasioni in un volano di sviluppo duraturo e non disperdendo gli investimenti e le competenze acquisite. Il nostro obiettivo è creare una relazione sinergica tra istituzioni e attori del settore, che renda il Paese ancora più attrattivo agli occhi degli investitori”. Sempre secondo il 20mo Monitor sul mercato degli eventi nel 2024, in Italia, la percentuale delle aziende che ha scelto di investire negli eventi è pari al 92 per cento, di cui il 37 per cento ha destinato agli eventi oltre il 20 per cento del budget complessivo di comunicazione. Il 53 per cento delle aziende prevede di aumentare gli investimenti nei prossimi due anni. In merito alla tipologia, gli eventi “business to business” sono i più diffusi (61,7 per cento), seguiti da quelli dedicati ai consumatori (B2c) e quelli dedicati a singoli individui (B2I), 41 per cento ciascuno.

Le ragioni principali che spingono le aziende a realizzare eventi sono: la necessità di comunicare in modo efficiente (82,3 per cento) e diretto (79,1 per cento), seguite dalla volontà di realizzare una comunicazione emozionale (67,2 per cento) e distintiva (40,4 per cento). Le aziende ritengono che i driver attuali delle loro scelte in merito alle tipologie di eventi siano: creatività (15,1 per cento), autenticità (19,3 per cento) e Intelligenza artificiale (30,6 per cento) con un focus crescente sull'AI generativa per rafforzare la creatività. Secondo due ricerche realizzate da Accenture nel 2024 (Consumer Pulse 2024 e Accenture Research, Clia, SiteMinder 2024), l'AI generativa è oggi già ampiamente utilizzata dai consumatori e quindi dal pubblico che partecipa agli eventi: il 72 per cento degli utenti ne fa uso regolarmente e il 92 per cento è disposto addirittura a spendere di più per servizi ed esperienze personalizzate. Sono, ormai, uno standard gli eventi ibridi, realizzati dal 74,5 per cento degli organizzatori, ed è sempre più centrale l'utilizzo di tecnologie di tracciamento per ottimizzare la gestione di eventi su larga scala.

“L'industria degli eventi è un motore importante dell'economia italiana ed un fiore all'occhiello del Made in Italy grazie alla quantità e alla qualità degli eventi nazionali e internazionali che promuove e organizza. Per sfruttare al meglio le opportunità che si prospettano nel prossimo futuro manca, però, un collegamento e un approccio sistemico con le istituzioni politiche ed economiche. Gli Stati Generali degli Eventi, organizzati dal Club degli Eventi e della Live Communication, hanno il preciso scopo di costruire un ponte con le istituzioni e trovare le modalità per una collaborazione più efficiente ed efficace”, ha dichiarato Salvatore Sagone, presidente Adc group, che ha organizzato e condotto i lavori degli Stati Generali degli Eventi. Per quanto riguarda, invece, gli investimenti messi in campo annualmente dai

