

che il fattore che più condiziona lo stato di salute della meeting industry internazionale è l'attuale debolezza dell'economia globale, il *Future Watch* identifica immediatamente le parole d'ordine per affrontare e superare il periodo di crisi: **taglio dei costi, valore aggiunto, flessibilità, innovazione e, soprattutto, pensiero strategico.** Fra le questioni principali con cui misurarsi in questo momento, gli intervistati hanno segnalato in primis le preoccupazioni economiche e la riduzione dei budget, poi l'aumento dei meeting virtuali e la speculare riduzione di quelli "faccia a faccia", la crescente importanza dei green meeting e della misurazione del ROI, la riduzione generale dei viaggi e la tendenza invece a organizzare un maggior numero di meeting "in casa".

La situazione nel 2009

I dati del *Future Watch*, raccolti a fine 2008, elaborano le previsioni degli intervistati sulle attività del 2009: tagli ai budget per gli eventi sono indicati dal 17% dei planner aziendali, dal 12% dei planner di associazioni e dal 10% dei planner di organizzazioni governative. In generale, **i planner "committenti" prevedono una riduzione del 9% del volume complessivo dei meeting,** mentre i



Il taglio dei voli da parte delle compagnie aeree obbliga gli organizzatori a pianificare con maggiore attenzione i trasferimenti, mentre le esigenze di budget spingono a scegliere anche i voli low cost.

un 4% in meno di staff e un +4% del proprio carico di lavoro personale, mentre i fornitori (alberghi, convention bureau, centri congressi, DMC, etc) indicano, rispettivamente, -4% e +9%.

Cancellazioni di eventi per il 2009 sono state riportate dal 30% dei meeting planner aziendali dell'area EMEA e dal 40% di quelli USA, dal 7% dei planner di associazioni EMEA e dal 25% dei planner di associazioni USA (vedi tabella 2), mentre fornitori e agenzie prevedono di dedicare molto più tempo che in passato ad elaborare proposte commerciali.

La **riduzione del numero dei voli operata da molte compagnie aeree** per contenere i costi influenza il modo di programmare e organizzare eventi del 25% degli intervistati. I grandi congressi associativi, per esempio, hanno una più ampia "finestra" per arrivi e partenze e, più in generale, i viaggi aerei per partecipare agli eventi devono essere prenotati con largo anticipo, una necessità

1. CAMBIAMENTO PREVISTO NELL'ATTIVITÀ 2008-2009

CATEGORIA	NUMERO DI MEETING	STAFF	CARICO DI LAVORO PERSONALE
Planner committente	-9%	-3%	+5%
Fornitore	-4%	-4%	+9%
Planner indipendente/agenzia	-0,5%	-4%	+4%

Future Watch 2009

meeting management professional indipendenti, cioè **le agenzie, prevedono una riduzione del solo 0,5%.** Questo dato può indicare sia un maggiore ricorso all'outsourcing da parte dei committenti sia la speranza delle agenzie che, a fronte di tagli al personale negli uffici eventi di aziende, associazioni ed enti governativi, questi si appoggeranno in maniera significativa a strutture esterne.

Da notare il dato sulla riduzione del personale e, specularmente, sull'aumento del carico di lavoro individuale: i meeting planner committenti prevedono una riduzione dei loro staff del 3% e un aumento del 5% del numero di meeting che gestiranno personalmente, gli indipendenti indicano

2. PLANNER CHE HANNO RIPORTATO CANCELLAZIONI DI MEETING PER IL 2009

AREA	DI ASSOCIAZIONE	CORPORATE	GOVERNATIVO
EMEA	7%	30%	33%
Canada	4%	40%	33%
Usa	25%	40%	25%

Future Watch 2009

Le aziende prevedono una diminuzione degli eventi più accentuata rispetto alle agenzie, anche perchè in seguito ai tagli del personale interno cresce il ricorso all'outsourcing.

che si contrappone con la sempre più affermata tendenza, soprattutto degli eventi corporate, al booking quasi sotto data.

Una minore disponibilità di voli si traduce automaticamente nella necessità di **concentrare gli eventi nelle destinazioni meglio servite,** se non addirittura di programmarli in destinazioni raggiungibili anche in treno o auto.