

# E' tempo di ripresa

*Secondo FutureWatch, l'usuale analisi condotta da Mpi, quest'anno risulteranno non solo il numero di incontri, ma anche partecipanti e spese*

**I**l 2010 sarà l'anno della ripresa per l'industria degli eventi sul piano internazionale. A dirlo la ricerca predittiva *Future Watch*, condotta, come di consueto, da **Mpi** (Meeting Professionals International) su un campione di 459 manager corporate o associativi provenienti da Stati Uniti (76%), Canada ed Europa (11% a testa); in piccola parte e per la prima volta nell'indagine il panel ha preso anche in considerazione America Centrale (0,7%), Africa e Asia (0,5% a testa) e Australia (0,25%), per un totale di 20 nazioni. Quanto alla consistenza del campione, per il 30% si tratta di manager, per il 22% di senior manager e per il 26% di executive, cui si aggiunge un 9% di sales, un 7% di coordinator e un 6% di altre figure.



**Eventi in crescita per il 58%**  
Il 58% degli intervistati afferma che il numero degli eventi quest'anno aumenterà, a fronte di un 37% che

li reputa costanti e solo di un 5% che li prevede in diminuzione. In particolare, il numero di meeting pianificati dalle aziende o dalle associazioni sale dell'8%, e

parimenti crescono sia il numero dei delegati per meeting (da 543,4 a 555,1 pari al +2%), sia la spesa media individuale (da 188 a 197 dollari, +5%). In in-

cremento anche il numero di location ispezionate per ogni evento (+6%). Rispettivamente il 18% e il 39% si attende un incremento "significativo" o

"piccolo", ma comunque apprezzabile, nei budget. Si diffonde, inoltre, la cultura del Roi (Return on Investment): la sua misurazione è, per il 25% dei rispondenti all'inchiesta, la prima o la seconda nelle priorità. Completa il quadro un 42% che si dichiara molto coinvolto nelle questioni della *corporate social responsibility* e un 26% afferma di essere all'opera per sviluppare policy specifiche. Per quanto riguarda la tecnologia, l'unanimità degli interpellati dall'indagine si dice ormai convinta che non costituisca più una minaccia allo sviluppo dell'industria, ma che anzi, soprattutto per alcune tipologie di eventi, essa costituisca il miglior arricchimento formale per agevolare i contenuti e rendere ancor più incisivi i meeting. **N.S.**