



Live communication week si chiude con celebrazione XX edizione Bea World

Descrizione

(Adnkronos) Si Ã conclusa a Roma con grande successo, negli spazi dell'Auditorium Parco della Musica Ennio Morricone, la quinta edizione della Live communication week, appuntamento di riferimento internazionale per l'industry degli eventi, ideata e promossa da Adc group, societÃ editrice specializzata nel settore pubblicitÃ , marketing, media ed eventi. Un format consolidato e distintivo, articolato in tre momenti chiave: le giurie con le live presentation dei progetti in short list, la giornata di contenuti e le cerimonie di premiazione che rappresenta il cuore pulsante della manifestazione.

L'evento, che ha visto la partecipazione di circa 2.000 delegati provenienti da 40 Paesi, ha ospitato al suo interno i lavori della XXII edizione del Bea Best event awards Italia (19 e 20 novembre), e della XX edizione del Bea World (21 e 22 novembre), che premiano rispettivamente, l'eccellenza creativa degli eventi italiani e internazionali. 317 i progetti iscritti al Bea Italia da 64 agenzie. 470, invece, gli eventi iscritti al Bea World provenienti da 40 Paesi del mondo. L'edizione 2025 del Bea World Ã particolarmente significativa perchÃ© celebra il XX anniversario della competizione internazionale che negli anni Ã cresciuta per numero di eventi e Paesi partecipanti.

Come ogni anno, le giurie, composte in totale da oltre 120 top manager di aziende big spender, hanno assegnato gli ambiti Grand Prix e i GP Iconic Awards, oltre ai premi di tipologia. Oro grand prix Bea Italia 2025 all'evento Ferrari Amalfi world premiÃre firmato per il cliente Ferrari S.p.a da Next Group, che si aggiudica anche l'oro come Best event agency. Il Grand prix iconic award Ã stato assegnato a Ninetynine per il progetto Giubileo 2025 Grandi Eventi. Simone Mazzarelli di Ninetynine ha inoltre ottenuto il riconoscimento di direttore creativo dell'anno. A vincere l'Oro grand prix al Bea World 2025 l'evento norvegese The breathing space by gjensidige di Nosleptillbrooklyn per il cliente Gjensidige. Il Grand prix iconic award internazionale Ã stato assegnato alle italiane Mosaico Studio and Fondazione Fratelli tutti per l'evento World meeting on human fraternity.

Il claim di quest'anno, Live! With Respect ha rappresentato il fil rouge di tutta la kermesse e, in particolare delle giornate dedicate ai contenuti e alla formazione, caratterizzate da un fitto programma di talk e tavole rotonde che ha coinvolto il gotha della Live Communication italiana e

internazionale.

Due le ricerche presentate, fotografia dello stato dell'arte del mercato italiano ed europeo. Nello specifico, il XXI Monitor sugli eventi e la live communication in Italia di AstraRicerche per Adc group ha confermato la fase espansiva e il ruolo della live communication come elemento imprescindibile per le strategie aziendali.

Ecco alcuni highlights: mercato complessivo stimato nel 2024 a quota 1.123 milioni di euro, con una crescita del 12.2% rispetto all'anno precedente; gli investimenti dovrebbero raggiungere quota 1.290 milioni entro i prossimi due anni; il 37% delle aziende ha aumentato l'investimento nell'ultimo anno, e ben il 52,3% prevede un ulteriore incremento nei prossimi due anni. Solo il 7% non ha investito, un minimo storico; aumentano in modo significativo gli eventi B2I (rivolti al target aziendale interno, che raggiungono il 49,3% del totale) e gli eventi educational/formativi (+6,7%); si registra per la prima volta un sostanziale pareggio tra creatività (20,4%) e digital/AI/ tecnologia (19,1%) come parola chiave per il futuro, indicando un equilibrio strategico tra innovazione e fattore.

Il mercato europeo è stato invece protagonista dell'European experience index (Eex) 2025 a cura di 27Names, l'associazione delle migliori agenzie indipendenti europee specializzate in live experience. L'indagine analizza i settori della live communication, del marketing e della brand experience con una duplice prospettiva, raccogliendo le opinioni sia delle aziende clienti sia delle agenzie in 27 mercati europei.

Tra i principali dati emersi dalla ricerca. Ai: potente, ma non magica. Il 79% delle agenzie considera l'Ai una tendenza dominante e il 97% la utilizza già nei flussi di lavoro creativi, ma molti clienti si aspettano miracoli immediati. L'Ai può accelerare la creatività, ma non sostituirla. ROI: metriche mancanti. Quasi la metà dei clienti non è in grado di misurare efficacemente il Roi e molti non dispongono di kpi chiari. Talento: il punto critico, 1 agenzia su 2 afferma che trovare e mantenere persone qualificate è la sfida più grande. Partnership: creatività vs. cautela. I clienti chiedono idee audaci, ma spesso scelgono l'affidabilità; la fiducia è la nuova valuta. Sostenibilità: il divario di investimento. Le aspettative sono in aumento, ma c'è ancora un divario di circa 30 punti tra coloro che richiedono la sostenibilità e coloro che la finanziano.

Con la cerimonia del Bea World cala il sipario sulla live communication week. I dati presentati e l'elevata qualità dei progetti premiati confermano ancora una volta come la industry della comunicazione è dal vivo rappresenti un settore strategico, capace di generare un grande valore economico, e un polo di eccellenza professionale a livello globale. La Live communication week passa il testimone da Roma a Venezia che sarà la splendida cornice delle edizioni 2026 e 2027, che verranno ospitate negli spazi del Comune di Venezia gestiti da Vela Spa.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 24, 2025

Autore

redazione

default watermark