

Turismo - Osservatorio Bit: vola il turismo degli eventi, oltre 11 mln di pernottamenti per i concerti

Milano - 14 lug 2026 (Prima Notizia 24) La tendenza della "whycation" mette la motivazione al centro della scelta di viaggio.

Non più soltanto dove andare, ma perché farlo. Al centro della scelta del turista moderno si impone la "whycation", la tendenza globale che ribalta la pianificazione del viaggio mettendo la motivazione personale davanti alla destinazione geografica. Tra le spinte più forti che convincono le persone a partire spicca il desiderio di "esserci" per vivere in prima persona un grande evento, un festival o un concerto. Un fenomeno che trasforma il singolo appuntamento in un motore di promozione territoriale ad altissimo valore aggiunto, come evidenziato dall'Osservatorio Bit in vista di Bit 2027, l'esposizione organizzata da Fiera Milano in programma dal 9 all'11 febbraio prossimi, che dedicherà al tema il cluster Events, Festivals & Entertainment all'interno del progetto Why | Travel by Motivation. "Con Why | Travel by Motivation mettiamo al centro il perché del viaggio, ciò che orienta davvero le scelte delle persone e le spinge a partire", spiega Emanuele Guido, Head of Home, Fashion and Leisure Exhibitions di Fiera Milano. "Gli eventi e i festival sono tra le motivazioni più potenti e in più rapida crescita, perché uniscono emozione, identità e connessione umana. Dare loro un cluster dedicato significa offrire al mercato una chiave di lettura concreta e nuove opportunità di incontro tra domanda e offerta, confermando il ruolo di Bit come osservatorio privilegiato delle trasformazioni del turismo e piattaforma di connessione per l'intera filiera". Il turismo musicale e legato all'intrattenimento dal vivo si conferma una vera e propria industria in Italia. Secondo i dati SIAE, a fronte di 3,3 milioni di spettacoli dal vivo che coinvolgono 253,5 milioni di spettatori per una spesa complessiva di 4 miliardi di euro, la musica si attesta come il settore trainante: pur rappresentando il 2% degli spettacoli totali, attira il 25% della spesa e conta 29 milioni di spettatori. Un trend strutturale misurato anche dall'indagine annuale di AssoConcerti con l'Università di Pisa: nel 2025 i concerti pop, rock e di musica leggera in Italia sono stati 40.324, capaci di muovere 26 milioni di spettatori per una spesa diretta superiore al miliardo di euro e una ricaduta economica totale sui territori pari a 4,3 miliardi di euro, con ben 11 milioni di pernottamenti generati a livello nazionale dagli eventi live. I casi simbolo non mancano: dal concerto milanese di Taylor Swift (77% del pubblico arrivato da fuori regione, di cui il 30% dall'estero, per un impatto di 73 milioni di euro) a quello romano di David Gilmour (83% di spettatori non laziali e 60 milioni di indotto). Di recente, il concerto di Ultimo a Tor Vergata del 4 luglio ha stabilito il record nazionale con 250.000 presenze, portando nelle casse di Roma Capitale oltre 2 milioni di euro di sola imposta di soggiorno grazie al 62% di spettatori giunti da fuori città, per un indotto globale stimato in 90 milioni di euro. La forza del turismo degli eventi si riflette anche sulle stime internazionali. Le analisi di

Grand View Research indicano che il valore globale del music tourism ha raggiunto i 103,7 miliardi di dollari nel 2025 e si stima possa toccare quota 330,1 miliardi entro il 2033, con un tasso di crescita medio annuo del 15,8%. I concerti rappresentano la fetta principale di questo mercato (52,6%), mentre il 60% della spesa complessiva dei turisti musicali si concentra sull'indotto dei servizi di viaggio, tra cui trasporti, alloggi ed esperienze locali. A livello anagrafico, i viaggiatori di età compresa tra i 18 e i 34 anni rappresentano quasi i due terzi del mercato globale, confermando il ruolo trainante della Generazione Z e dei Millennials, che pianificano e prenotano le proprie esperienze di viaggio per oltre la metà dei casi attraverso le agenzie digitali online (Ota).

(Prima Notizia 24) Martedì 14 Luglio 2026