

CONGRESSI 4.0

RIPENSARE IL LAVORO, LE SOLUZIONI,
LE DINAMICHE ECONOMICHE E LE
STRATEGIE

*Un'analisi sulle trasformazioni
del settore congressuale nell'era 4.0*

*a cura di
Giancarlo Loporatti*

CONGRESSI 4.0

RIPENSARE IL LAVORO, LE SOLUZIONI,
LE DINAMICHE ECONOMICHE E LE
STRATEGIE

Giancarlo Leporatti

© Eureka MICE International

L' AUTORE

Giancarlo Leporatti ha dedicato oltre quarant'anni al settore congressuale, contribuendo all'organizzazione di eventi, alla gestione di Centri Congressi e allo sviluppo di strategie di marketing.

Come CEO di EMI – Eureka MICE International Ltd, ha collaborato con istituzioni e destinazioni in tutta Europa, consolidando un approccio che integra esperienza diretta e visione strategica.

Il trattato “Congressi 4.0” riflette la sua approfondita conoscenza del mercato, offrendo strumenti e analisi per affrontare le trasformazioni di uno dei settori più dinamici del turismo globale.

NOTA METODOLOGICA

Questo trattato si basa su un lavoro di analisi e riflessione maturato attraverso anni di studio e un monitoraggio continuo del mercato congressuale, un'attività che personalmente conduco senza interruzioni dal 1992.

L'esperienza accumulata in questi anni, combinata con il lavoro svolto da Eureka MICE International, ha permesso di sviluppare un approccio unico nel marketing congressuale, fondato sull'integrazione tra esperienza diretta, osservazioni di lungo termine e un'attenzione costante alle evoluzioni del settore.

Questo documento non si limita a descrivere i cambiamenti in corso, ma rappresenta il frutto di un processo di studio che intreccia conoscenze teoriche e pratiche, offrendo al lettore strumenti concreti per comprendere e affrontare le sfide di uno dei segmenti più dinamici del turismo globale.

Nel trattato "Congressi 4.0 – Ripensare il Lavoro, le Soluzioni, le Dinamiche Economiche e le Strategie", Leporatti analizza le trasformazioni del settore, offrendo una prospettiva pratica e approfondita sulle sfide e le opportunità del mercato contemporaneo.

Buona lettura!

Giancarlo Leporatti

Introduzione

IL MERCATO CONGRESSUALE: UN SETTORE IN RAPIDA TRASFORMAZIONE

I congressi hanno da sempre rappresentato uno strumento fondamentale per la diffusione del sapere, la creazione di connessioni professionali e lo sviluppo di nuove idee.

Tuttavia, il contesto globale e le esigenze dei partecipanti stanno subendo trasformazioni rapide e profonde, spingendo il settore congressuale a rivedere completamente le sue dinamiche e strategie.

Il concetto di “**Congressi 4.0**” nasce per descrivere questa nuova fase evolutiva, caratterizzata da un intreccio tra **innovazione tecnologica, sostenibilità e approcci economici moderni** che stanno ridefinendo le regole del gioco.

Questo trattato si propone di esplorare le trasformazioni in corso con un approccio analitico e orientato al futuro. Attraverso un’analisi approfondita, vengono affrontati temi cruciali come il ruolo strategico delle destinazioni, l’importanza dei Palazzi dei Congressi, le nuove competenze richieste ai professionisti e le politiche economiche necessarie per sostenere un ecosistema complesso ma estremamente dinamico.

L'obiettivo di questo lavoro è fornire una guida pratica e stimolante per tutti gli attori coinvolti nel settore congressuale: enti promotori, destinazioni, centri congressi e professionisti. “Congressi 4.0” non è solo un’analisi delle trasformazioni in atto, ma un invito a innovare, collaborare e crescere in un mercato in cui il cambiamento è l’unica costante.

Ad Alessandra, che con dedizione e passione dirige lo splendido team di Eureka MICE International, supportando la mia visione e contribuendo a realizzare i miei progetti.

L' ECONOMIA DEL TURISMO CONGRESSUALE



Il congressuale rappresenta il segmento del turismo con il più alto indotto economico e il maggior numero di opportunità occupazionali qualificate (ICCA). Oltre a questi numeri, si distingue per caratteristiche uniche che lo rendono un asset strategico per imprese e destinazioni.

Tra queste, spicca l'ampia programmazione degli eventi, che consente una pianificazione mirata di investimenti e risorse. Inoltre, la natura stessa dei congressi garantisce un'elevata stabilità: sebbene il numero dei partecipanti possa subire fluttuazioni, le cancellazioni sono eventi estremamente rari.

Un altro elemento distintivo è la capacità del mercato congressuale di evolversi e adattarsi. Nel corso degli anni il settore ha mantenuto una crescita stabile, dimostrandosi resiliente anche durante periodi di crisi economica, come nel 2009, quando è stato tra i pochi segmenti a risentire solo marginalmente delle difficoltà globali.

Persino il brusco rallentamento causato dalla pandemia ha avuto un effetto temporaneo: molti eventi rinviati si sono concentrati negli anni successivi, generando un vero e proprio **effetto tsunami** che ha ulteriormente rafforzato il settore.

I Congressi come Motore per la Destagionalizzazione

Anche se l'attività congressuale si è recentemente estesa a tutti i mesi dell'anno, la prevalenza a svolgere gli eventi nelle stagioni di mezzo è una tendenza che persiste.

Questa caratteristica rende il congressuale ideale per integrare la stagionalità con un turismo ricco e altamente qualificato.

In questo contesto, i congressi si configurano non solo come eventi strategici per la crescita economica e occupazionale, ma anche come motori di innovazione e cambiamento. Essi rappresentano una piattaforma unica per creare valore, ispirare nuove idee e promuovere una collaborazione globale.

IL NUOVO SCENARIO DEL MONDO DEI CONGRESSI

UN SETTORE IN TRASFORMAZIONE



Il mercato congressuale si trova oggi in una fase di trasformazione profonda, in cui **tradizione e innovazione** si intrecciano per adattarsi a uno scenario in costante cambiamento.

Questo settore, da sempre luogo privilegiato per lo scambio di idee e la costruzione di relazioni, si trova ora a fronteggiare **nuove sfide e opportunità**, alimentate da molteplici fattori.

Tra i principali cambiamenti si osservano la **riduzione delle sponsorizzazioni e delle spese di formazione**, segno di una crescente pressione economica che invita gli organizzatori a ripensare i modelli di sostenibilità degli eventi. Al contempo, le **riunioni virtuali e l'ibridizzazione degli eventi** stanno ridefinendo il modo in cui le persone partecipano e interagiscono, mettendo in evidenza la necessità di strategie che rivalorizzino l'importanza della presenza fisica.

Un Mercato in Movimento

L'aumento del turismo di massa nelle alte stagioni (overtourism) sta spingendo i viaggiatori alto spendenti verso le basse stagioni, determinando una lievitazione generale dei prezzi e causando la migrazione dei flussi turistici che tradizionalmente si dirigevano verso quelle destinazioni.

Il settore congressuale riflette pienamente queste dinamiche, con eventi che si spostano verso nuove destinazioni e periodi dell'anno alternativi, alla ricerca di soluzioni che rispondano alle nuove esigenze del mercato. Questo fenomeno sta aprendo le porte a località emergenti che, grazie a una pianificazione strategica e a investimenti mirati, stanno rapidamente guadagnando un ruolo di primo piano nel panorama internazionale

Pianificazione a Lungo Termine come Necessità Strategica

In questo contesto di profondi mutamenti, la necessità di una pianificazione a lungo termine emerge come una risposta strategica fondamentale per affrontare l'instabilità del mercato congressuale. Dopo gli anni di incertezza legata alla pandemia, molti enti promotori stanno rivedendo le proprie modalità operative per garantire maggiore solidità e prevedibilità.

Una tendenza evidente è l'incremento dei tempi di programmazione per i congressi internazionali. Rispetto agli ultimi quattro anni, si registra un progressivo ritorno alla pianificazione con largo anticipo, soprattutto per gli eventi accademici e scientifici. Questo approccio consente agli organizzatori di mitigare i rischi associati alle fluttuazioni dei partecipanti e di rispondere con maggiore efficacia alle aspettative sempre più elevate degli stakeholders.

Al tempo stesso, la pianificazione anticipata si rivela cruciale per le destinazioni e i fornitori, che hanno così modo di sviluppare offerte personalizzate e di integrare i principi di sostenibilità e innovazione tecnologica nella proposta. In particolare, le destinazioni emergenti possono sfruttare questa tendenza per costruire relazioni strategiche con gli enti promotori, rafforzando il loro posizionamento competitivo.

Motivare e Coinvolgere i Partecipanti nel Nuovo Scenario

In un mondo sempre più connesso, ma anche più frammentato, **coinvolgere e soddisfare i partecipanti** rappresenta una sfida complessa. La possibilità di seguire eventi da remoto, pur arricchendo le opportunità di accesso, rende indispensabile ripensare i format per **motivare le persone a scegliere l'esperienza in presenza**. Solo il contatto diretto, infatti, consente di creare momenti significativi, favorire il networking e offrire esperienze immersive che lasciano un segno duraturo.

In questo contesto, il successo dipende dalla capacità di combinare **innovazione e umanità**, proponendo programmi che non solo rispondano agli obiettivi professionali, ma che siano anche in grado di **emozionare e ispirare**. Le tecnologie avanzate, come la realtà aumentata e le applicazioni interattive, possono arricchire l'esperienza, mentre i format attrattivi offrono l'opportunità di integrare lavoro e svago, creando un equilibrio perfetto per i viaggiatori del turismo bleisure.

Rendere Indimenticabile un Congresso

Organizzare un congresso di successo significa molto più che soddisfare aspettative elevate. È un processo che richiede attenzione ai dettagli, sensibilità per le esigenze individuali e un **approccio creativo** capace di trasformare ogni evento in

un'occasione unica. Contenuti di qualità, design accattivante e strumenti tecnologici all'avanguardia sono solo alcuni degli ingredienti necessari.

Inoltre, i moderni strumenti digitali consentono agli enti promotori di assumere un ruolo più indipendente e strategico, offrendo ambienti virtuali che arricchiscono le attività in presenza e facilitano l'interazione tra i partecipanti.

La Destinazione come Brand

Un congresso non è solo un evento; è un viaggio, un'esperienza che connette le persone al luogo che lo ospita. La destinazione diventa così protagonista, offrendo un contesto unico che arricchisce il significato dell'evento. Non si tratta solo di una location, ma di un **ambiente culturale, sociale e territoriale** che dialoga con i partecipanti, esponendoli alla sua identità e coinvolgendoli in una narrazione più ampia.

Ogni destinazione che aspira a diventare un **brand** nel turismo congressuale deve puntare su una struttura organizzativa capace di valorizzare il proprio patrimonio e offrire esperienze indimenticabili.

Verso un Futuro Innovativo

Le tradizionali modalità di organizzazione lasciano spazio a modelli più dinamici e inclusivi, dove il valore della esperienza assume un ruolo centrale. I congressi si

trasformano così in vere e proprie piattaforme di crescita culturale, sociale ed economica, dimostrando come l'innovazione possa convivere con l'attenzione per le persone e i territori.

LE TECNOLOGIE CHE STANNO RIVOLUZIONANDO IL MONDO DEI CONGRESSI

L'innovazione tecnologica sta trasformando profondamente il settore congressuale, aprendo nuove prospettive per l'organizzazione degli eventi, la partecipazione e l'interazione tra i protagonisti. La digitalizzazione, l'intelligenza artificiale e le soluzioni immersive stanno ridefinendo il concetto stesso di congresso, rendendolo più accessibile, personalizzato ed efficiente. In questo capitolo esploreremo le principali tecnologie emergenti che stanno plasmando il futuro del settore congressuale.

Telepresenza: l'evoluzione della partecipazione agli eventi

La telepresenza sta rivoluzionando il modo di partecipare agli eventi, offrendo ai partecipanti remoti un'esperienza che simula la presenza fisica in modo sempre più realistico. Grazie a sistemi avanzati di videocomunicazione, dispositivi robotici e schermi interattivi, questa tecnologia consente di abbattere le distanze geografiche e migliorare l'accessibilità ai congressi internazionali.

Nel contesto congressuale, relatori e partecipanti che non possono essere presenti fisicamente possono prendere parte

agli eventi tramite avatar digitali o robot dotati di controllo remoto. Questi dispositivi permettono agli utenti di muoversi virtualmente negli spazi dell'evento, visitare stand espositivi e interagire con altri partecipanti in tempo reale, migliorando il networking e l'esperienza complessiva.

HoloBox: il potere degli ologrammi nei congressi

La tecnologia **HoloBox** consente di creare presentazioni tridimensionali coinvolgenti attraverso l'uso di ologrammi, rendendo le sessioni più dinamiche e memorabili. Grazie alla loro visibilità da diverse angolazioni, gli ologrammi catturano l'attenzione e favoriscono un'interazione più immersiva.

Un'applicazione innovativa della HoloBox è la creazione di figure umane digitali personalizzate, capaci di incarnare l'identità di un brand. Questi testimonial virtuali possono essere "vestiti" digitalmente con i colori aziendali e programmati per trasmettere messaggi chiave, migliorando l'impatto della comunicazione aziendale durante il congresso.

Intelligenza Artificiale: il futuro della personalizzazione negli eventi

L'**Intelligenza Artificiale (AI)** sta ridefinendo l'esperienza degli eventi congressuali, offrendo soluzioni su misura per ogni partecipante. I sistemi AI possono analizzare i dati di registrazione, le preferenze espresse e le interazioni sui social media per creare percorsi personalizzati che includano

suggerimenti su sessioni, workshop e attività di networking più affini al profilo di ciascun partecipante.

Durante un congresso, assistenti virtuali basati su AI possono accompagnare ogni partecipante, offrendo raccomandazioni in tempo reale, gestendo agende personalizzate e fornendo risposte immediate a domande specifiche. Questa tecnologia non solo ottimizza il tempo e l'esperienza degli utenti, ma aumenta anche il coinvolgimento e la soddisfazione complessiva, rendendo ogni congresso più efficace.

Un ulteriore ambito di applicazione dell'AI riguarda l'analisi dei dati post-evento, che consente agli organizzatori di ottenere insight dettagliati sull'efficacia del congresso, sulle preferenze dei partecipanti e sulle aree di miglioramento per le edizioni future.

Tecnologie biometriche: sicurezza ed efficienza per gli eventi

Le **tecnologie biometriche** stanno emergendo come strumenti essenziali per migliorare la sicurezza e l'efficienza organizzativa dei congressi. L'identificazione dei partecipanti tramite impronte digitali, riconoscimento facciale e scansione dell'iride consente di velocizzare il processo di registrazione e ridurre il rischio di frodi o accessi non autorizzati.

L'implementazione di queste tecnologie richiede tuttavia un'attenta gestione della privacy e della sicurezza dei dati. È fondamentale che l'uso di strumenti biometrici avvenga nel

rispetto delle normative vigenti, affiancando la loro adozione a consulenze specializzate in materia di protezione dei dati personali.

Un esempio concreto dell'applicazione di queste soluzioni è il check-in automatico basato sul riconoscimento facciale: i partecipanti, una volta registrati, possono accedere rapidamente all'evento senza bisogno di badge fisici, semplicemente passando davanti a una telecamera. Questo non solo aumenta la sicurezza, ma consente anche un flusso di ingresso più rapido ed efficiente.

Chatbot e assistenti virtuali per l'interazione in tempo reale

L'uso di **chatbot e assistenti virtuali** sta diventando sempre più comune nei congressi, facilitando l'interazione tra organizzatori e partecipanti. Questi strumenti consentono di fornire informazioni in tempo reale su orari delle sessioni, location delle sale, dettagli sugli speaker e molto altro, riducendo il carico di lavoro del personale di supporto.

Grazie all'integrazione con l'Intelligenza Artificiale, i chatbot possono offrire risposte personalizzate e gestire richieste specifiche in maniera autonoma, migliorando la qualità del servizio e la soddisfazione dei partecipanti.

Conclusione

Le tecnologie emergenti stanno ridefinendo il mondo dei congressi, offrendo opportunità straordinarie per migliorare l'efficienza organizzativa, ampliare la partecipazione e creare esperienze più coinvolgenti e personalizzate. L'adozione di strumenti innovativi come la telepresenza, gli ologrammi, l'Intelligenza Artificiale e le tecnologie biometriche non è più una prospettiva futuristica, ma una realtà concreta che sta già plasmando il settore.

Per restare competitivi nel mercato congressuale 4.0, gli organizzatori devono abbracciare queste innovazioni, garantendo al contempo un equilibrio tra tecnologia e interazione umana, tra efficienza e personalizzazione. Solo così sarà possibile offrire eventi sempre più inclusivi, interattivi e in linea con le esigenze del pubblico moderno.

L'AGGREGAZIONE DEI CONGRESSI: UNA STRATEGIA VINCENTE PER OTTIMIZZARE RISORSE E OPPORTUNITÀ

La tendenza degli enti promotori di congressi a collaborare con altre organizzazioni per aggregare eventi sta diventando una strategia sempre più diffusa nel mercato congressuale 4.0. Questo approccio consente di ottenere vantaggi contrattuali e logistici significativi, aumentando l'attrattiva delle destinazioni e ottimizzando le risorse a disposizione.

Principali Motivazioni di Questa Tendenza

Maggior Potere Contrattuale

- Aggregando più congressi, gli enti promotori possono negoziare condizioni più favorevoli con sedi congressuali, hotel e fornitori di servizi, ottenendo tariffe vantaggiose e condizioni esclusive.
- La contrattazione su volumi più grandi permette di ridurre i costi fissi per ogni singolo evento.

Ottimizzazione delle Risorse

- Unificare la logistica e i servizi consente una gestione più efficiente di budget, personale e infrastrutture.
- Le risorse tecnologiche e organizzative possono essere condivise, riducendo la necessità di duplicare investimenti.

Incremento della Visibilità e del Valore dell'Evento

- Un congresso più ampio e strutturato attira un pubblico maggiore, aumentando le opportunità di networking e confronto scientifico.
- Un programma congiunto rende l'evento più attrattivo per sponsor e partner istituzionali, aumentando le possibilità di finanziamento.

Maggiore Attrattività per le Destinazioni

- Le città ospitanti beneficiano di un afflusso più consistente di partecipanti, con ricadute economiche positive su turismo, ristorazione e trasporti.
- Alcune destinazioni offrono incentivi per ospitare eventi di grande scala, rendendo più vantaggiosa la scelta di una location strategica.

Benefici per i Partecipanti

- L'integrazione di più congressi permette di offrire un programma più ricco e multidisciplinare.

- I partecipanti hanno accesso a un'offerta formativa più ampia, con la possibilità di seguire sessioni e workshop complementari.

Esempi di Applicazione

- Congressi tematicamente affini: associazioni o enti scientifici con interessi simili uniscono le proprie conferenze per offrire un evento più strutturato e di impatto.
- Joint meetings internazionali: congressi nazionali che si associano con eventi globali per aumentare la loro rilevanza e attrarre un pubblico più ampio.
- Cluster congressuali: organizzazioni dello stesso settore che pianificano i loro eventi in modo coordinato per ottimizzare location e risorse.

Conclusione

La collaborazione tra enti promotori per aggregare i congressi rappresenta una strategia vincente nel panorama competitivo attuale. Questo approccio consente di massimizzare l'efficacia organizzativa, ridurre i costi e migliorare l'esperienza per tutti gli stakeholder coinvolti, dalle istituzioni alle destinazioni, dai partecipanti agli sponsor.

PROFESSIONI NEL MERCATO CONGRESSUALE 4.0: RUOLI IN EVOLUZIONE

L'organizzazione e la gestione dei congressi hanno attraversato una **trasformazione senza precedenti**, influenzata dall'avvento di nuove tecnologie, dall'evoluzione delle esigenze dei partecipanti e dalle tendenze emergenti nel settore degli eventi. Questa metamorfosi non solo ha dato vita a **nuove figure professionali**, ma ha anche richiesto un adattamento profondo e strategico delle professioni tradizionali.

Un tempo, il successo di un congresso si misurava principalmente attraverso parametri logistici e organizzativi. Oggi, invece, si valuta la capacità di **offrire esperienze uniche, personalizzate e integrate** con le tecnologie più avanzate. La partecipazione a un evento non è più solo una questione di contenuti: è un'**opportunità di crescita**, connessione e scoperta.

Questo nuovo panorama richiede professionisti che sappiano muoversi agilmente **tra mondi fisici e digitali**, che comprendano le dinamiche di un mercato sempre più competitivo e che siano in grado di anticipare e soddisfare le aspettative di un pubblico sempre più esigente. Il lavoro nei congressi, dunque, si presenta come un terreno fertile per

l'innovazione, dove la creatività si unisce alla competenza tecnica per rispondere alle sfide del presente e prepararsi alle opportunità del futuro.

Nuove Professioni

Il mercato congressuale 4.0, caratterizzato dall'integrazione tra innovazione tecnologica e nuove dinamiche di partecipazione, ha dato vita a un panorama lavorativo in continua evoluzione. In questo contesto, sono emerse nuove figure professionali, capaci di rispondere alle esigenze sempre più sofisticate di organizzatori, promotori e partecipanti. Questi ruoli non solo riflettono i cambiamenti in atto, ma ne diventano parte attiva, contribuendo a ridefinire il modo in cui gli eventi vengono concepiti, progettati e vissuti.

Le nuove professioni descritte in questo capitolo sono il frutto di un'indagine svolta nei diversi mercati mondiali, con particolare attenzione ai trend emergenti negli Stati Uniti, un contesto spesso precursore di cambiamenti che, storicamente, finiscono per influenzare anche il panorama europeo.

Tuttavia, è importante sottolineare che la realtà congressuale statunitense presenta caratteristiche ben distinte rispetto a quella europea: dimensioni degli eventi molto maggiori, dinamiche organizzative differenti e un approccio spesso più frammentato e specializzato.

Di conseguenza, mentre alcuni di questi nuovi ruoli potrebbero affermarsi pienamente anche nel vecchio continente, altri potrebbero subire adattamenti significativi, rispecchiando le peculiarità del mercato europeo. Inoltre, molte delle competenze richieste da questi nuovi mestieri potrebbero essere integrate in figure professionali già

esistenti o combinarsi per dare origine a ruoli innovativi, specifici per le esigenze delle realtà locali.

In ogni caso, queste professioni rappresentano dei trend incontrovertibili che influenzeranno inevitabilmente il mercato globale, spingendo il settore congressuale verso un futuro sempre più integrato, personalizzato e tecnologicamente avanzato. Di seguito, alcune delle figure professionali che incarnano questa trasformazione.

Hybrid Event Specialists

Figure esperte nella combinazione di esperienze fisiche e digitali, capaci di progettare eventi che integrino piattaforme tecnologiche avanzate per garantire accessibilità, coinvolgimento e interazioni fluide tra pubblico fisico e virtuale.

Questi professionisti si concentrano sull'ottimizzazione delle interazioni in tempo reale, sfruttando tecnologie innovative per migliorare l'esperienza complessiva dell'evento.

Experience Manager

Professionisti che traducono gli obiettivi strategici ed esperienziali di un'organizzazione in un'unica esperienza coerente e memorabile per i partecipanti.

Il loro lavoro abbraccia l'intero percorso dell'utente, dalle fasi pre-evento al post-evento, con un focus particolare sulla progettazione di esperienze emotivamente coinvolgenti e tecnologicamente avanzate.

Spesso si occupano anche di mappare le tecnologie più adatte e ottimizzare il **customer journey**, contribuendo a creare eventi unici e di successo.

Technical Production Manager

Una figura indispensabile per la produzione tecnica di eventi virtuali e ibridi sempre più sofisticati, in linea con le aspettative crescenti dei partecipanti.

Questo professionista coordina tutti gli aspetti tecnici dell'evento, pianificando nei minimi dettagli transizioni, segnali visivi, musica e tempi delle varie fasi.

È responsabile della creazione di un flusso impeccabile, assicurando che ogni elemento si integri perfettamente.

Inoltre, il *Technical Production Manager* deve essere pronto a gestire o delegare rapidamente la risoluzione di eventuali problemi tecnici, garantendo un'esperienza di alta qualità per tutti i partecipanti.

Questo ruolo è particolarmente richiesto in un contesto in cui gli eventi digitali sono diventati uno standard consolidato.

Data Analyst per Eventi

Professionisti che analizzano i dati raccolti prima, durante e dopo gli eventi per ottimizzare le edizioni future, monitorare il ROI e comprendere meglio le esigenze dei partecipanti.

Augmented and Virtual Reality Specialist

Esperti nell'uso di AR e VR per creare esperienze immersive durante gli eventi, come tour virtuali, sessioni interattive e simulazioni realistiche.

Motion Graphic Designer

Una figura fondamentale per rendere le esperienze virtuali e ibride coinvolgenti e visivamente curate. Il *Motion Graphic Designer* si occupa di creare design concettuali, sviluppare storyboard e produrre materiali finali di alta qualità.

Questo professionista trasforma contenuti e narrazioni in elementi visivi dinamici, conferendo loro una dimensione emozionale e attrattiva.

Poiché il contenuto resta centrale in ogni evento, la capacità di portare queste storie alla vita è essenziale per il successo di un evento.

Content Designer

Professionisti dedicati alla creazione di contenuti innovativi e coinvolgenti per sessioni, workshop e interazioni digitali, adattati al pubblico e agli obiettivi dell'evento.

Experiential Space Designer

Specialisti nell'ideazione e progettazione di ambienti che favoriscono il coinvolgimento emotivo, la creatività e l'apprendimento.

Creano layout innovativi che stimolano la partecipazione attiva.

Community Manager per Eventi

Una figura dedicata alla costruzione e gestione delle comunità di partecipanti prima, durante e dopo un evento. Lavora per mantenere il coinvolgimento del pubblico attraverso forum, social media e piattaforme dedicate.

Participant Engagement Manager

Una figura chiave per garantire interazioni efficaci e coinvolgenti durante eventi virtuali e ibridi.

Questo ruolo si occupa della moderazione delle chat, della gestione di sondaggi e di altre forme di supporto in tempo reale che permettono ai relatori di interagire con i partecipanti.

Prima dell'evento, lavora per definire linee guida e creare l'infrastruttura necessaria a sostenere queste interazioni. Essenziale per il successo degli eventi digitali, il *Participant Engagement Manager* è a volte indicato anche come chat monitor o moderatore di interazioni.

Personal Experience Curator

Un professionista che si concentra sulla personalizzazione delle esperienze dei partecipanti, offrendo itinerari, attività e servizi su misura per garantire un'esperienza unica e memorabile.

Diversity and Inclusion Strategist

Figura che lavora per garantire che gli eventi siano accessibili e rappresentino diverse prospettive culturali, professionali e personali, migliorando l'attrattività e la reputazione degli eventi.

Sustainability Experts

Consulenti che sviluppano strategie per ridurre l'impatto ambientale degli eventi, dalla scelta di location eco-friendly all'adozione di materiali riciclabili e tecnologie digitali.

Professioni in Evoluzione

Nel mercato congressuale 4.0, molte professioni tradizionali stanno evolvendo per rispondere alle nuove sfide e opportunità offerte dalle tecnologie avanzate, dalle dinamiche economiche in trasformazione e dalle **aspettative sempre più sofisticate dei partecipanti**. Questa evoluzione non rappresenta solo un adattamento, ma anche un ampliamento delle competenze e delle responsabilità, rendendo queste figure professionali centrali nel successo degli eventi.

Le professioni in evoluzione non si limitano a migliorare ciò che già esiste, ma si **reinventano**, incorporando aspetti strategici, creativi e tecnologici.

Di seguito, alcune delle principali figure che stanno adattando il loro ruolo per soddisfare le esigenze del settore.

Event Manager

Da semplici coordinatori logistici, si stanno trasformando in veri e propri consulenti strategici. Il loro ruolo ora comprende:

- Pianificazione globale degli eventi.
- Monitoraggio del ROI.
- Integrazione di tecnologie avanzate.
- Sviluppo di format innovativi e sostenibili.

Tecnici Audiovisivi

L'introduzione di tecnologie come la realtà aumentata (AR), virtuale (VR) e i contenuti 3D ha elevato le competenze richieste per questo ruolo. I tecnici audiovisivi oggi:

- Gestiscono sistemi immersivi e interattivi.
- Lavorano su esperienze multisensoriali per eventi.
- Collaborano con designer e team creativi per integrare le tecnologie nei programmi.

Marketing Specialist per Eventi

Il loro ruolo è diventato più complesso e tecnico, con un focus su:

- Strategie di comunicazione digitale avanzate.
- Utilizzo di strumenti di analytics per misurare l'efficacia delle campagne.
- Creazione di contenuti personalizzati per diversi target.
- Sfruttamento di social media e piattaforme di streaming per ampliare la portata degli eventi.

Addetti alle Operazioni Logistiche

Tradizionalmente responsabili della gestione fisica degli eventi, ora devono:

- Integrare software di gestione logistica avanzati.
- Pianificare soluzioni logistiche sostenibili (trasporti ecologici, riduzione dei consumi).
- Garantire l'efficienza operativa in eventi ibridi e complessi

Responsabili delle Sponsorizzazioni

Con la diminuzione delle sponsorizzazioni tradizionali, il loro lavoro si è evoluto per:

- Sviluppare offerte personalizzate per eventi virtuali e ibridi.
- Creare opportunità di visibilità innovativa per gli sponsor, anche su piattaforme digitali.
- Garantire risultati misurabili che soddisfino gli investitori

Hospitality Manager

Un tempo limitato alla gestione dell'accoglienza dei partecipanti, il ruolo si è ampliato per includere:

- Creazione di esperienze personalizzate per i congressisti.:
- Integrazione di protocolli di sicurezza sanitaria e logistica post-pandemia
- Organizzazione di attività collaterali che uniscano business e turismo bleisure

Session Moderators

Oltre a facilitare le discussioni in presenza, ora devono:

- Gestire interazioni in tempo reale attraverso piattaforme virtuali.
- Utilizzare sondaggi, Q&A live e strumenti digitali per aumentare l'engagement.
- Promuovere la partecipazione attiva, anche in ambienti ibridi.

Addetti alla Sicurezza degli Eventi

Con l'aumento delle preoccupazioni legate alla sicurezza fisica e informatica, questo ruolo include ora:

- Monitoraggio di protocolli di sicurezza sanitaria.
- Gestione della cybersecurity per eventi virtuali.
- Coordinamento di misure di prevenzione per grandi afflussi di pubblico.
- Monitoraggio proattivo delle tecnologie utilizzate durante gli eventi.

Coordinatori dei Relatori

Il loro compito era limitato alla gestione logistica dei relatori; oggi, invece:

- Offrono supporto tecnico per presentazioni virtuali e ibride
- Assicurano che i relatori abbiano materiali e strumenti ottimizzati per l'engagement.

- Forniscono formazione per migliorare la loro efficacia in ambienti digitali.

Addetti alla Segreteria Organizzativa

Da figure prettamente amministrative, ora devono:

- Utilizzare software avanzati di gestione per automatizzare processi come registrazioni e comunicazioni.
- Gestire database complessi di partecipanti e sponsor.
- Supportare interazioni digitali e monitorare le attività pre e post-evento.

Fotografi per Eventi

Dai Servizi Tradizionali alle Nuove Frontiere del Visual Storytelling

La figura del fotografo per eventi sta evolvendo per rispondere alle nuove esigenze di un mercato sempre più orientato alla personalizzazione e alla tecnologia.

L'attenzione si sposta dai servizi fotografici standard a un approccio più creativo e integrato, che mette al centro il valore narrativo delle immagini.

Nuove Competenze e Tecnologie

- Utilizzo dei Droni: Per catturare immagini aeree di grande impatto, aggiungendo una prospettiva unica alla documentazione degli eventi.
- Contenuti per Realtà Aumentata (AR) e Virtuale (VR): Creazione di immagini e video ottimizzati per esperienze immersive.

- **Storytelling Visivo:** Creazione di un filo narrativo che colleghi i momenti salienti di un evento, trasmettendo emozioni e valori.
- **Integrazione Multimediale:** Collaborazione con videomaker e team di marketing per produrre contenuti adatti a piattaforme digitali e social media.

Nuovi Ruoli

- **Fotografi di Branding:** Specializzati nella creazione di immagini destinate alla promozione e al rafforzamento dell'immagine della destinazione o dell'evento.
- **Content Creator per Eventi:** Professionisti che producono pacchetti completi di contenuti visivi e multimediali, ottimizzati per campagne digitali.
- **Specialisti in Post-Produzione:** Con competenze avanzate nell'uso di software per il miglioramento e l'editing delle immagini, adattandole a diversi formati e contesti.

Contributo Strategico

I fotografi per eventi non si limitano più a documentare; diventano partner strategici degli organizzatori, contribuendo a raccontare visivamente l'identità dell'evento, a coinvolgere il pubblico e a massimizzare l'impatto mediatico.

Professioni in Declino

L'evoluzione del settore congressuale, spinta dalla automazione, dalla digitalizzazione e dalle nuove esigenze di mercato, sta portando a un progressivo abbandono di alcune professioni tradizionali.

Questi ruoli, un tempo fondamentali per la gestione degli eventi, stanno perdendo rilevanza poiché le loro mansioni possono essere svolte in modo più efficiente, economico e scalabile attraverso tecnologie avanzate.

Questo fenomeno, se da un lato segna il declino di alcune figure professionali, dall'altro apre spazio per nuove competenze e opportunità, ridefinendo il panorama del lavoro nel settore congressuale.

Addetti alla Logistica Tradizionale

Motivo: La gestione logistica, un tempo affidata a personale dedicato, è oggi sempre più automatizzata tramite software di intelligenza artificiale che ottimizzano trasporti, tempi e risorse. Sistemi di gestione automatica possono pianificare e monitorare attività logistiche con maggiore efficienza.

Esempi: Piani di trasporto, allestimenti standardizzati, gestione dei materiali.

Segreterie Amministrative Tradizionali

Motivo: Le attività di segreteria, come la registrazione dei partecipanti o l'invio di comunicazioni, sono sempre più

automatizzate tramite piattaforme self-service e chatbot avanzati. La robotica e i software di automazione riducono la necessità di personale dedicato.

Esempi: RegISTRAZIONI dei partecipanti, invio di email personalizzate, gestione di documenti cartacei.

Coordinatori di Viaggio

Motivo: I partecipanti possono organizzare autonomamente i propri spostamenti tramite applicazioni e portali automatizzati, che offrono soluzioni personalizzate con il supporto di algoritmi intelligenti.

Esempi: Prenotazione di voli, trasferimenti e alloggi.

Tecnici Audiovisivi di Base

Motivo: La crescente domanda di tecnologie immersive come realtà aumentata (AR) e virtuale (VR) richiede competenze specializzate, rendendo obsoleti i ruoli tradizionali legati alla gestione di apparecchiature audiovisive standard.

Esempi: Setup di proiettori, microfoni e schermi base.

Addetti al Supporto Manuale per Allestimenti

Motivo: L'utilizzo crescente di robot per l'installazione di palchi, stand e attrezzature riduce il bisogno di personale manuale. I robot possono eseguire queste attività in tempi ridotti e con maggiore precisione.

Esempi: Montaggio di arredi, sistemazione di materiali promozionali.

Operatori per Servizi di Accoglienza

Motivo: Kiosk automatizzati, assistenti virtuali e robot per l'accoglienza stanno sostituendo il personale tradizionale nella registrazione dei partecipanti, nella fornitura di badge e nelle prime informazioni utili.

Esempi: Check-in, consegna badge, informazioni generali

Professioni a Rischio Estinzione

Nel panorama congressuale 4.0, alcune professioni tradizionali si trovano a rischio di estinzione. Questo fenomeno è legato alla crescente automazione, all'adozione di tecnologie avanzate e alla trasformazione delle dinamiche operative.

Questi ruoli, un tempo centrali, stanno progressivamente perdendo rilevanza man mano che le loro mansioni vengono sostituite da soluzioni tecnologiche più efficienti e scalabili.

Le professioni a rischio estinzione non rappresentano soltanto un cambiamento del passato, ma offrono anche uno spunto per comprendere come il mercato stia evolvendo verso un modello più tecnologico e interconnesso.

Di seguito, le principali figure professionali che potrebbero scomparire o ridursi drasticamente nel prossimo futuro:

Interpreti in Loco

Motivo: L'introduzione di software di traduzione in tempo reale, supportati da intelligenza artificiale, riduce la necessità di interpreti fisicamente presenti durante gli eventi.

Esempi: Traduzione simultanea.

Addetti alle Informazioni Generali

Motivo: Attività come l'invio di e-mail, la gestione di database e altre operazioni ripetitive sono sempre più affidate a software di automazione.

Esempi: Risposte a domande frequenti, orientamento all'interno della sede.

Addetti ai Call Center per Iscrizioni

Motivo: Le piattaforme di registrazione online e i sistemi di pagamento automatizzati hanno eliminato la necessità di operatori per le iscrizioni telefoniche.

Esempio: RegISTRAZIONI e conferme via telefono

Addetti alla Distribuzione di Materiale Cartaceo

Motivo: La digitalizzazione di brochure, programmi e materiali promozionali riduce la domanda di personale dedicato alla distribuzione fisica durante gli eventi.

Esempio: Distribuzione di volantini o programmi stampati.

Fotografi tradizionali per eventi

Motivo: L'avvento di smartphone avanzati con fotocamere di alta qualità e l'uso di intelligenza artificiale per migliorare le

immagini stanno riducendo la necessità di fotografi professionisti per scatti standard.

Esempio: Foto generiche di partecipanti o ambienti dell'evento.

Personale per l'Accoglienza ai Check-In

Motivo: I chioschi self-service e i sistemi di check-in automatizzati con QR code o riconoscimento facciale stanno sostituendo il personale umano.

Esempio: Accoglienza per registrazione e distribuzione badge.

Coordinatori di Trasporti

Motivo: Le app di ride-sharing e le piattaforme di prenotazione automatica stanno rendendo obsoleti i ruoli tradizionali di pianificazione e gestione dei trasporti.

Esempio: Organizzazione manuale di bus navetta o taxi.

Tecnici per Sistemi Audiovisivi Tradizionali

Motivo: Le soluzioni plug-and-play e l'automazione dei sistemi AV riducono la necessità di tecnici per apparecchiature standard.

Esempio: Installazione di proiettori o impianti audio di base.

Addetti alla Sicurezza Manuale per Piccoli Eventi

Motivo: La sicurezza automatizzata attraverso telecamere intelligenti e sistemi di riconoscimento facciale riduce la necessità di personale fisico per il controllo.

Esempio: Controllo accessi manuale per piccoli eventi..

Addetti alla Biglietteria

Motivo: La diffusione di biglietti digitali, app per l'acquisto e il controllo online ha sostituito quasi completamente i tradizionali addetti alla biglietteria.

Esempio: Vendita e distribuzione di biglietti fisici.

Personale per Compiti Ripetitivi

Motivo: Chatbot e assistenti vocali possono fornire informazioni generali ai partecipanti in modo più rapido e senza limiti di orario.

Esempi: Inserimento dati, monitoraggio manuale di liste di partecipanti.

Un Futuro Flessibile e Innovativo

Il progresso tecnologico non solo sta ridisegnando il panorama del settore congressuale, ma offre anche nuove opportunità per i professionisti. Sebbene alcune professioni siano in declino, questo cambiamento **consente alle figure tradizionali di reinventarsi**, assumendo ruoli più strategici.

L'acquisizione di competenze avanzate in ambiti come la **gestione dei dati, la progettazione creativa e l'adozione di tecnologie emergenti** diventa cruciale per mantenere rilevanza e valore in un mercato in continua trasformazione.

Il settore congressuale continuerà a evolversi, richiedendo flessibilità e capacità di abbracciare l'innovazione per affrontare le sfide di un mercato sempre più dinamico.

La **capacità di adattarsi a nuovi scenari** non rappresenta solo una necessità, ma anche un'opportunità per **ridisegnare i ruoli professionali** e contribuire in modo significativo al successo di eventi sempre più complessi e tecnologicamente avanzati.

IL RUOLO DEL PCO

DA ORGANIZZATORI LOGISTICI A CONSULENTI STRATEGICI

Il ruolo tradizionale del Professional Congress Organizer (PCO), storicamente focalizzato sugli aspetti logistico-organizzativi di un evento, è ormai in trasformazione.

In passato, i PCO erano richiesti principalmente per il supporto nella scelta di sedi adeguate, nell'organizzazione dei servizi e nella gestione delle segreterie. Tuttavia, l'evoluzione tecnologica e l'accesso semplificato alle informazioni hanno profondamente modificato queste dinamiche.

Oggi, molte delle attività un tempo appannaggio dei PCO sono ora gestite direttamente dagli enti promotori. Grazie all'accesso facilitato alle informazioni e alla crescente disponibilità di software gestionali avanzati, molti organizzatori stanno internalizzando funzioni organizzative che un tempo venivano delegate a fornitori esterni. Questo trend, noto come “**gestione in casa**”, consente agli enti promotori di ottimizzare risorse, ridurre costi e mantenere un controllo diretto su tutte le fasi dell'evento. Tuttavia, questa trasformazione comporta nuove sfide, come la necessità di formare personale interno e adottare strumenti tecnologici sempre più sofisticati.

Per i PCO, questo fenomeno rappresenta sia una sfida che un'opportunità. Per continuare a generare valore, devono evolvere da meri organizzatori a consulenti strategici, capaci di supportare gli enti promotori nelle aree in cui mancano competenze specifiche, offrendo soluzioni mirate e innovative.

Verso una Consulenza Strategica

Oggi i PCO sono innanzitutto chiamati a offrire una consulenza strategica che spazia dagli aspetti giuridici e finanziari alla comunicazione, dalla gestione amministrativa e assicurativa alle forme di marketing più avanzato. Ogni elemento, dalla progettazione dell'evento alla sua organizzazione e al monitoraggio del ritorno sugli investimenti (ROI), richiede un'attenta analisi e una personalizzazione mirata.

In questo scenario, il PCO deve proporre soluzioni capaci di integrare le innovazioni tecnologiche più avanzate, adattandole alle specificità di ogni settore. Questo richiede un approccio globale che coniughi metodologie di lavoro innovative, creatività nella progettazione degli eventi e strategie flessibili per rispondere efficacemente a un mercato in continua trasformazione.

Con l'ascesa degli eventi ibridi, diventa cruciale sviluppare esperienze che integrino interazioni fisiche e virtuali, ampliando il pubblico, migliorando l'accessibilità e

garantendo un coinvolgimento coerente e memorabile tra partecipanti in presenza e online.

Valorizzare la Partecipazione in Presenza

In un contesto in cui le tecnologie consentono la partecipazione da remoto, incentivare la presenza fisica è diventato prioritario per garantire un'interazione più profonda, favorire il networking diretto e creare opportunità di apprendimento esperienziale che non possono essere replicate virtualmente.

Non da ultimo, le motivazioni economiche giocano un ruolo cruciale: molti enti promotori si sostengono grazie ai proventi derivati dai congressi e una riduzione dei partecipanti in presenza comporta una diminuzione delle entrate da quote di partecipazione e un calo dell'interesse, e quindi degli investimenti, da parte degli sponsor.

I congressisti devono essere motivati attraverso esperienze che conferiscano valore aggiunto, come:

- **Coinvolgimento:** Promuovere connessioni significative tra colleghi e relatori, e stimolare un'interazione attiva e partecipativa durante le sessioni e i lavori congressuali.
- **Networking e interazioni personalizzate:** Favorire lo scambio di idee e il confronto diretto.
- **Programmi attrattivi:** Non solo dal punto di vista scientifico e delle attività dell'evento, ma anche turistico, in

linea con le crescenti tendenze Bleisure. La scelta di destinazioni accattivanti deve favorire la combinazione tra viaggi di lavoro e momenti di vacanza, rendendo l'esperienza complessivamente appagante.

In questo contesto, la personalizzazione dell'esperienza diventa cruciale, trasformando ogni evento in un'occasione unica e memorabile.

Nuove Competenze e Adattamento alle Dinamiche del Settore

Per affrontare le crescenti sfide del mercato congressuale, il PCO deve integrare **competenze trasversali e adattarsi rapidamente alle nuove dinamiche.**

Al centro di questa evoluzione troviamo la **digitalizzazione** e l'introduzione dell'**Intelligenza artificiale**, strumenti indispensabili per migliorare efficienza e personalizzazione. Tuttavia, è altrettanto cruciale sviluppare una profonda **capacità di analizzare i cambiamenti** economici e normativi, promuovendo al contempo modelli di sostenibilità in linea con le aspettative del settore.

Sostenibilità e Innovazione

I PCO svolgono un ruolo chiave nella promozione di pratiche sostenibili, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale degli eventi. Questo include:

- Digitalizzazione e utilizzo di materiali ecologici.

- Scelta di location e fornitori che rispettino criteri di sostenibilità.

Conclusione

Il PCO 4.0 non è più solo un organizzatore operativo, ma un partner strategico che offre un valore distintivo nel rendere ogni evento unico e di successo. Questa figura guida le diverse fasi progettuali e gestionali, integrando le migliori pratiche innovative e sostenibili, e favorendo il raggiungimento degli obiettivi attraverso una visione personalizzata e orientata al futuro.

IL RUOLO DELLA DESTINAZIONE NEL MERCATO DEI CONGRESSI 4.0

Le destinazioni assumono un ruolo centrale nel panorama dei congressi 4.0, non solo come semplici luoghi fisici che ospitano eventi, ma come veri e propri **protagonisti nell'offerta di esperienze integrate e innovative.**

Nel contesto attuale, caratterizzato da un'evoluzione costante del mercato e delle esigenze di enti promotori e partecipanti e dalla crescente competizione globale, le destinazioni **devono reinventarsi** per essere competitive e attrattive.

Destinazione come Esperienza

Oltre alla qualità delle infrastrutture e dei servizi, ciò che rende una destinazione rilevante è la sua capacità di offrire un'esperienza unica che vada **oltre il congresso** stesso.

Questo include:

- *Valorizzazione del Patrimonio Locale*: Promuovere la cultura, l'arte, la gastronomia e le tradizioni per connettere i partecipanti al territorio in modo autentico.
- *Turismo Bleisure*: Offrire opportunità per combinare impegni professionali e momenti di svago, incentivando i

partecipanti a prolungare i propri soggiorni e contribuendo così all'economia locale.

Destinazione come Partner Strategico

Le destinazioni non devono limitarsi a essere il palcoscenico degli eventi, ma agire come **partner strategici** per gli organizzatori, offrendo:

- *Un Sistema Congressuale Integrato*: Una gestione semplice e funzionale che inquadri la destinazione come un unico contenitore capace di organizzare tutti i servizi necessari intorno alla sede congressuale. Questo include non solo la ricettività e i collegamenti, ma anche gli **elementi distintivi che ne aumentano l'appeal**, come l'offerta culturale, gastronomica e turistica.
- *Supporto Operativo*: Collaborazione con enti locali, fornitori e istituzioni per garantire l'efficienza logistica e organizzativa.
- *Sostenibilità*: Implementare pratiche sostenibili per ridurre l'impatto ambientale degli eventi, come l'uso di energie rinnovabili, trasporti eco-friendly e materiali riciclabili.
- *Innovazione Tecnologica*: Integrare strumenti digitali avanzati, come piattaforme di realtà aumentata e virtuale, per arricchire l'esperienza congressuale.

Costruire un Brand Congressuale di Successo

Una destinazione deve essere in grado di posizionarsi come un brand riconoscibile, capace di attrarre eventi grazie a:

- *Politiche di Posizionamento Strategico*: Ogni tipologia di evento presenta caratteristiche ed esigenze peculiari che richiedono servizi specifici e un approccio organizzativo mirato. Identificare i segmenti di mercato di riferimento e strutturare l'offerta in modo dedicato rappresenta una scelta strategica indispensabile per sviluppare il business in questo settore competitivo.
- *Reputazione e Autorevolezza*: Costruire un'immagine forte basata su successi passati e testimonianze di eventi riusciti.
- *Comunicazione Efficace*: Promuovere in modo mirato le proprie caratteristiche distintive attraverso campagne marketing e la partecipazione a fiere e network internazionali.

Il Valore Economico e Sociale

Le destinazioni congressuali non generano solo un impatto economico diretto, ma favoriscono anche:

- *Crescita del Capitale Umano*: Attraverso la condivisione di conoscenze e competenze durante gli eventi.
- *Promozione del Territorio*: Incrementando la visibilità internazionale e attirando nuovi flussi turistici.

In sintesi, le destinazioni che si affermano nel mercato dei congressi 4.0 sono quelle che riescono a trasformarsi in veri e propri **ecosistemi di innovazione, sostenibilità e**

connessione culturale, offrendo un valore aggiunto che va ben oltre l'evento stesso.

PALAZZI DEI CONGRESSI: FULCRO DEL MERCATO CONGRESSUALE 4.0

Nel contesto del mercato congressuale 4.0, il ruolo dei Palazzi dei Congressi da centrale diventa strategico.

Fulcro del sistema congressuale, i Palazzi dei Congressi non si limitano a svolgere un ruolo logistico, ma influenzano in modo significativo l'intero ecosistema economico della destinazione.

Le politiche tariffarie che adottano assumono un peso determinante nell'acquisizione degli eventi, contribuendo direttamente al successo del sistema congressuale locale.

Più che semplici spazi fisici, i Palazzi dei Congressi rappresentano il **centro nevralgico del sistema congressuale della destinazione**. La loro capacità di sintetizzare competenze tecnico-logistiche e organizzative li rende strumenti essenziali per rispondere alle esigenze degli organizzatori e garantire un'esperienza ottimale ai partecipanti.

Oltre al loro ruolo diretto nell'organizzazione degli eventi, questi spazi fungono da catalizzatori per l'intero indotto economico della destinazione. Settori come l'ospitalità, la ristorazione, i trasporti e le attività collaterali traggono

vantaggi significativi dai congressi, sottolineando l'importanza strategica dei Palazzi dei Congressi nella creazione di valore per l'intera comunità economica locale.

L'Impatto delle Politiche Tariffarie

Sebbene i costi della sede congressuale rappresentino solo una minima parte dell'indotto complessivo generato da un congresso – *generalmente compreso tra il 3% e il 6% nei congressi internazionali* – essi incidono direttamente sul budget degli enti promotori.

Le politiche tariffarie adottate dai Centri Congressi rivestono quindi un **ruolo determinante**: una tariffazione competitiva facilitando l'acquisizione di congressi contribuisce di fatto a rafforzare l'intero ecosistema economico della destinazione, generando ricadute positive per la comunità locale.

La tariffazione non è quindi solo una questione economica, ma una **leva strategica** che può attrarre o allontanare eventi di rilievo.

La capacità di adottare modelli tariffari flessibili e mirati, che tengano conto delle esigenze specifiche degli enti promotori, rappresenta un elemento chiave per rimanere competitivi nella grande competizione internazionale.

IL RUOLO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NEL SISTEMA CONGRESSUALE

Nelle destinazioni di successo, la pubblica amministrazione ha sempre svolto un ruolo chiave nel definire e guidare il progetto congressuale. Essa si pone come punto di raccordo, aggregando gli enti istituzionali interessati e le categorie degli operatori, e offrendo un supporto istituzionale essenziale agli enti promotori.

Con l'avvento del mercato congressuale 4.0, il ruolo della pubblica amministrazione si è ulteriormente ampliato, diventando cruciale per competere a livello globale. La capacità di adottare una visione strategica nella gestione degli investimenti promozionali è oggi fondamentale per orientare tali risorse verso l'acquisizione di eventi di particolare rilievo, capaci di generare significative ricadute economiche e reputazionali per la destinazione.

In questo contesto, il sostegno della pubblica amministrazione può assumere diverse forme: dalla riduzione dei costi delle sedi congressuali all'erogazione di contributi diretti agli enti organizzatori. Queste misure, già consolidate in molte destinazioni di successo, rappresentano una leva strategica per rispondere alle crescenti esigenze del mercato e per rafforzare la competitività della destinazione.

Adottare tali pratiche non significa solo favorire l'acquisizione di eventi d'interesse, ma anche posizionare stabilmente la destinazione tra le eccellenze riconosciute a livello internazionale.

La collaborazione tra pubblico e privato, guidata da una pianificazione consapevole e mirata, è quindi imprescindibile per affrontare le sfide del mercato congressuale 4.0 e per valorizzare pienamente il potenziale della destinazione.

Il Peso della Fiscalità e le Opportunità per le Destinazioni

Nel nuovo contesto globale, la fiscalità rappresenta una sfida cruciale per gli enti promotori, spesso accompagnata da costi significativi che aumentano il rischio d'impresa. Questo ha portato molte associazioni e società internazionali a trasferire le proprie sedi in paesi con politiche fiscali più favorevoli. Di conseguenza, le destinazioni che offrono agevolazioni fiscali e condizioni economiche competitive stanno diventando particolarmente attrattive per ospitare eventi e congressi.

Queste destinazioni non solo supportano direttamente gli enti promotori, ma si posizionano strategicamente come hub congressuali, creando nuove opportunità di business e generando benefici economici a lungo termine per il territorio.

Un'Opportunità per il Futuro

Le esigenze del mercato congressuale 4.0 richiedono una **visione lungimirante** che consideri i vari attori della filiera come parti integranti di un **sistema unico**, complementare e sinergico.

Questo sistema, articolato intorno al Palazzo dei Congressi, deve essere in grado di condividere una cultura d'impresa unitaria e veicolare un'immagine coerente e forte.

Solo così è possibile creare un **brand ben definito**, capace di essere percepito positivamente dai mercati di riferimento e di rispondere alle nuove sfide del panorama congressuale internazionale.

NUOVI ASSETTI DEGLI ATTORI DEL TERRITORIO

L'evoluzione del mercato congressuale 4.0 e la crescente complessità delle dinamiche economiche e operative hanno portato a una ridefinizione dei ruoli degli attori coinvolti nel sistema congressuale della destinazione. Tra questi, i Convention Bureau, i DMC e i PCO si trovano ad affrontare nuove sfide e opportunità, adattando le loro funzioni per rispondere alle esigenze di un mercato sempre più competitivo e interconnesso.

Convention Bureau 4.0: Evoluzione e Nuove Funzioni

Nel passato, i Convention Bureau hanno spesso ricoperto ruoli molto diversificati, assumendo la funzione di “tuttofare” per colmare lacune organizzative nella destinazione. Si occupavano di promozione, preparazione delle candidature, affiancamento dei clienti nelle fasi organizzative, gestione di uffici informazioni e coordinamento dell’offerta territoriale.

Con l’avvento del mercato congressuale 4.0, i Convention Bureau tornano alla loro funzione originaria di “**tavolo delle convenzioni**”, un punto di incontro strategico tra attori pubblici, grandi ricettori congressuali e rappresentanze di categoria.

Questo ruolo centrale mira a sviluppare una **progettualità congressuale coordinata ed efficace per la destinazione**.

Le principali attività dei Convention Bureau includono:

- *Promozione del sistema congressuale della destinazione:* Interfaccia con le istituzioni locali, collaborando con enti pubblici e privati per creare un ecosistema favorevole allo sviluppo congressuale.
- *Supporto alle inspection visit:* fornendo informazioni, ospitalità e supporto logistico ai delegati.
- *Scouting su larga scala,* per identificare eventi di potenziale interesse per la destinazione.

Tuttavia, a causa del loro ruolo pubblico, i Convention Bureau sono obbligati ad operare con limiti ben definiti.

Non è consentito loro svolgere attività di promozione personalizzata, che invece il mercato richiede sempre più frequentemente. Si dovranno quindi concentrare su funzioni divulgative, lasciando agli attori privati specializzati la responsabilità di commercializzare i prodotti congressuali del territorio.

PROMOZIONE E SVILUPPO DELLA DESTINAZIONE CONGRESSUALE

Nel mercato congressuale 4.0, la promozione della destinazione richiede un approccio integrato e strategico, in cui ogni attore della filiera contribuisce in modo coordinato al successo complessivo.

Da un lato, i Convention Bureau e le istituzioni pubbliche, come discusso nel capitolo precedente, si occupano della promozione generale del territorio e del consolidamento del brand della destinazione. Questi attori sono fondamentali per creare un'identità forte e riconoscibile, capace di attrarre l'interesse degli organizzatori e dei partecipanti.

Dall'altro lato, l'attività promozionale diretta, mirata a conquistare eventi specifici, deve essere affidata a soggetti specializzati. Tra questi, i **centri congressi** rivestono un ruolo di primaria importanza. Per la loro struttura e natura imprenditoriale, essi sono chiamati a sviluppare iniziative autonome di marketing e promozione, indispensabili per garantire la sostenibilità economica dei loro bilanci.

Strategie di Segmentazione per Destinazioni Competitive

Il panorama congressuale sta assistendo a una crescente segmentazione del mercato, con destinazioni che si posizionano in modo mirato per attrarre specifiche tipologie di eventi. Alcune puntano a consolidare la loro presenza nella fascia alta del mercato, offrendo servizi e tecnologie all'avanguardia; altre adottano un approccio ispirato ai modelli low-cost, proponendo soluzioni essenziali ma efficienti.

Questo fenomeno riflette una diversificazione delle strategie di posizionamento, con destinazioni che si specializzano in settori di nicchia o collaborano con attori commerciali per rafforzare il proprio appeal. La chiave del successo in questo contesto risiede nella capacità di identificare e soddisfare le esigenze specifiche di ogni segmento di mercato.

Il Valore del Sistema Integrato

Gli sforzi dei singoli attori, tuttavia, devono essere sostenuti dall'intero sistema della destinazione. I benefici economici generati dai congressi acquisiti si estendono ben oltre i servizi forniti dai centri congressi stessi. Questi eventi attivano un circolo virtuoso che coinvolge settori chiave come l'ospitalità, la ristorazione, i trasporti e le attività collaterali, apportando vantaggi significativi a tutta la rete commerciale locale.

Una collaborazione coesa tra tutti gli attori – pubblici e privati, strategici e operativi – è essenziale per creare un ecosistema congressuale competitivo e attrattivo, in grado di massimizzare le opportunità economiche, sociali e culturali offerte dal mercato congressuale 4.0.

Gli attori della promozione e commercializzazione della destinazione

Un ruolo strategico nella promozione diretta e nella commercializzazione della destinazione è svolto dagli attori specializzati, come i **DMC con ufficio congressi e i PCO locali**, che integrano e completano le attività promozionali condotte dalle istituzioni pubbliche e dai centri congressi. Grazie alla loro conoscenza approfondita del mercato e alla capacità di interpretare le esigenze specifiche dei clienti, questi professionisti offrono soluzioni innovative e personalizzate. La loro **flessibilità operativa** consente di rispondere tempestivamente alle richieste del mercato, contribuendo a rafforzare il posizionamento competitivo della destinazione e a valorizzare le sue peculiarità, rendendola più attrattiva e funzionale per gli organizzatori di eventi.

Collaborazioni e Circuitazione degli Eventi

Un altro elemento distintivo del mercato congressuale 4.0 è rappresentato dalle collaborazioni strategiche tra destinazioni. Sempre più spesso, territori e città lavorano

insieme per creare circuiti congressuali, proponendo pacchetti con condizioni condivise che incentivano gli enti promotori a pianificare eventi itineranti.

Questa tendenza promuove una competizione sana e favorisce una distribuzione equilibrata degli eventi, permettendo alle destinazioni emergenti di posizionarsi accanto a quelle più consolidate. Inoltre, queste collaborazioni consentono di ottimizzare risorse e competenze, garantendo un'offerta diversificata e vantaggiosa per gli organizzatori.

Le partnership strategiche tra destinazioni non solo accrescono il valore percepito delle singole località, ma facilitano la creazione di network internazionali, rafforzando ulteriormente il brand delle destinazioni coinvolte.

Contributo degli Operatori Locali

Anche i **singoli operatori** giocano un ruolo importante nella promozione del territorio. Promuovendo i propri servizi, essi contribuiscono indirettamente a valorizzare la destinazione nel suo complesso. Questo processo crea una rete commerciale ampia e diversificata, capace di attrarre una clientela variegata e di soddisfare le esigenze di un mercato in costante evoluzione.

La sinergia tra attori specializzati e operatori locali rappresenta un elemento chiave per costruire un ecosistema

competitivo e coeso, capace di massimizzare i benefici per l'intera comunità.

CONCLUSIONI: UN FUTURO DA COSTRUIRE INSIEME

Il mercato congressuale, con la sua straordinaria capacità di evolversi e adattarsi, rappresenta una delle realtà più dinamiche e resilienti del panorama globale.

Nel corso di questo trattato, sono stati esplorati i principali attori, le trasformazioni in atto e le strategie necessarie per affrontare un futuro in cui tecnologia, sostenibilità e personalizzazione saranno i veri motori di cambiamento.

Questa evoluzione non è soltanto un fenomeno tecnologico o organizzativo: è una trasformazione culturale. I congressi non sono più semplici eventi, ma piattaforme per la condivisione del sapere, la costruzione di connessioni autentiche e la valorizzazione delle destinazioni.

La centralità delle persone – siano esse organizzatori, partecipanti o professionisti del settore – resta il cuore pulsante di un sistema che deve continuamente reinventarsi per rispondere alle nuove sfide.

Collaborazione e Innovazione per il Progresso

Il futuro del congresso 4.0 si costruisce sulla collaborazione tra pubblico e privato, tra innovazione e tradizione, tra esperienze locali e visioni globali. La sinergia tra i diversi

attori della filiera congressuale è essenziale per massimizzare i benefici economici, sociali e culturali.

Ogni evento diventa un'opportunità non solo per creare valore immediato, ma anche per costruire un'eredità duratura per le comunità e le destinazioni che lo ospitano.

Un Impegno Collettivo

Rendere il mercato congressuale sostenibile, inclusivo e innovativo richiede un impegno collettivo. Dalle istituzioni pubbliche ai professionisti del settore, dai centri congressi ai singoli operatori, **ognuno ha un ruolo cruciale** nel plasmare un futuro che metta al centro la qualità, l'efficienza e l'esperienza umana.

Solo attraverso una visione condivisa è possibile affrontare le complessità del mercato globale e posizionare il settore come un pilastro fondamentale del turismo e dell'economia mondiale.

L'Invito a Guardare Avanti

Questo trattato non si conclude con una semplice analisi. È un invito a riflettere, a innovare e a collaborare. Il congresso 4.0 non è solo una realtà in evoluzione, ma un'opportunità straordinaria per ripensare il modo in cui creiamo connessioni, condividiamo conoscenze e valorizziamo le destinazioni.

Guardando al futuro, il settore congressuale deve continuare a evolversi con coraggio e creatività. Solo così sarà possibile costruire un ecosistema in cui l'innovazione tecnologica, la sostenibilità e l'esperienza umana convivano armoniosamente, trasformando ogni evento in un'occasione unica per crescere, ispirare e lasciare il segno.

Una Chiusura, Un Nuovo Inizio

Come ogni congresso, anche questo trattato è stato un viaggio – un percorso che non si chiude qui, ma si apre a nuove idee, progetti e collaborazioni.

Ogni lettore, in qualità di protagonista di questo settore, ha ora gli strumenti e le riflessioni necessarie per contribuire al futuro del mercato congressuale. Un futuro che non appartiene a pochi, ma che sarà scritto dalla volontà condivisa di costruire qualcosa di straordinario.

La sfida è lanciata. Il congresso 4.0 è già qui, e il suo potenziale è tutto da scoprire.

INDICE

RIPENSARE IL LAVORO, LE SOLUZIONI, LE DINAMICHE ECONOMICHE E LE STRATEGIE	2
Il Mercato Congressuale: Un Settore in Rapida Trasformazione	5
L' ECONOMIA DEL TURISMO CONGRESSUALE	8
I Congressi come Motore per la Destagionalizzazione	9
IL NUOVO SCENARIO DEL MONDO DEI CONGRESSI	10
Un Settore in Trasformazione	10
Un Mercato in Movimento	11
Pianificazione a Lungo Termine come Necessità Strategica	12
Motivare e Coinvolgere i Partecipanti nel Nuovo Scenario	13
Rendere Indimenticabile un Congresso	13
La Destinazione come Brand	14
Verso un Futuro Innovativo	14
LE TECNOLOGIE CHE STANNO RIVOLUZIONANDO IL MONDO DEI CONGRESSI	16
Telepresenza: l'evoluzione della partecipazione agli eventi	16
HoloBox: il potere degli ologrammi nei congressi	17
Intelligenza Artificiale: il futuro della personalizzazione negli eventi	17
Tecnologie biometriche: sicurezza ed efficienza per gli eventi	18

Chatbot e assistenti virtuali per l'interazione in tempo reale	19
Conclusione	20
L'Aggregazione dei Congressi: Una Strategia Vincente per Ottimizzare Risorse e Opportunità	21
Principali Motivazioni di Questa Tendenza	21
Esempi di Applicazione	23
Conclusione	23
PROFESSIONI NEL MERCATO CONGRESSUALE 4.0: RUOLI IN EVOLUZIONE	24
Nuove Professioni	26
Professioni in Evoluzione	31
Contributo Strategico	37
Professioni in Declino	38
Professioni a Rischio Estinzione	40
Un Futuro Flessibile e Innovativo	43
IL RUOLO DEL PCO DA ORGANIZZATORI LOGISTICI A CONSULENTI STRATEGICI	45
Verso una Consulenza Strategica	46
Valorizzare la Partecipazione in Presenza	47
Nuove Competenze e Adattamento alle Dinamiche del Settore	48
Sostenibilità e Innovazione	48
Conclusione	49
IL RUOLO DELLA DESTINAZIONE NEL MERCATO DEI CONGRESSI 4.0	50

Destinazione come Esperienza	50
Destinazione come Partner Strategico	52
Costruire un Brand Congressuale di Successo	52
Il Valore Economico e Sociale	53
PALAZZI DEI CONGRESSI: FULCRO DEL MERCATO CONGRESSUALE 4.0	55
L'Impatto delle Politiche Tariffarie	56
IL RUOLO DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE NEL SISTEMA CONGRESSUALE	57
Il Peso della Fiscalità e le Opportunità per le Destinazioni	58
Un'Opportunità per il Futuro	59
NUOVI ASSETTI DEGLI ATTORI DEL TERRITORIO	60
Convention Bureau 4.0: Evoluzione e Nuove Funzioni	60
PROMOZIONE E SVILUPPO DELLA DESTINAZIONE CONGRESSUALE	62
Strategie di Segmentazione per Destinazioni Competitive	63
Gli attori della promozione e commercializzazione della destinazione	64
Collaborazioni e Circuitazione degli Eventi	64
Contributo degli Operatori Locali	65
CONCLUSIONI: UN FUTURO DA COSTRUIRE INSIEME	67
Collaborazione e Innovazione per il Progresso	67
Un Impegno Collettivo	68
L'Invito a Guardare Avanti	68
Una Chiusura, Un Nuovo Inizio	69

