

meetinge congressi

INCENTIVE
CONVENTION
EVENTI

SPECIALE PER
AGENZIE E PCO

COVER STORY

CONGRESSI MEDICI: SEMPRE PIÙ INTERATTIVI



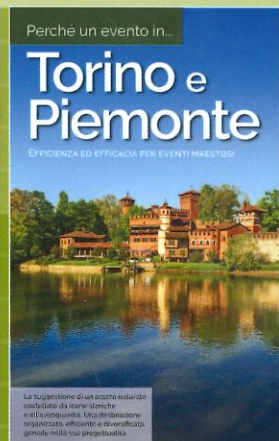
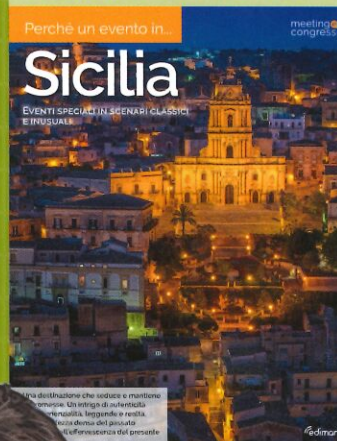
IL PERSONAGGIO

EMANUELE
MATTIA DE GENNARO

LA DESTINAZIONE
PUGLIA

LA COMPAGNIA
CDSHOTELS

PERCHÉ UN EVENTO IN...



DOSSIER EVENTI AUTOMOTIVE



MAG-GIU | 2019
numero
03

ediman

«IN PISTA COME IN
AZIENDA: LA VITTORIA
È UN LAVORO DI TEAM»



Giancarlo
Fisichella

G. FISICHELLA



Congressi medici: sempre più interattivi e tecnologici



Esperienzialità, interazione e digital communication stanno influenzando i congressi scientifici: format più coinvolgenti, uso dei social e app su misura sono i must del momento. Che piacciono soprattutto ai millennials

 SIMONA P.K. DAVIDDI

Nell'era di internet e della comunicazione digitale, quasi a sorpresa la partecipazione agli eventi professionali sembra non conoscere flessione: nonostante grazie al web una grande mole di informazioni e di conoscenza sia oggi accessibile a tutti, e nonostante la tecnologia abbia reso possibile riunire virtualmente community professionali, l'evento aggregativo "reale" è ancora considerato il mezzo più efficace per trasmettere e condividere il sapere, per costruire relazioni professionali e avviare rapporti di collaborazione, per stimolare nuove idee. Negli ultimi cinquant'anni il numero dei congressi associativi ha avuto un'impennata: secondo Icca, nel periodo che va dal 1963 al 2017 i congressi associativi internazionali sono aumentati del dieci per cento l'anno, cioè raddoppiati ogni dieci anni. E il numero complessivo dei

partecipanti è aumentato, passando da due milioni nel periodo 1963-1967 ai 25 milioni degli ultimi cinque anni.

Il successo del format "evento" risiede nel potere dell'incontro faccia a faccia fra le persone, capace, molto più di una email, di un post o di un ologramma, di costruire fiducia, ispirare pensiero innovativo, generare opportunità: «Il fattore umano è ancora prevalente sulla tecnologia; inoltre, nel caso dei congressi medico-scientifici, l'esperienza e la qualità dei relatori, ma soprattutto la loro capacità di coinvolgere il pubblico e comunicare, è ancora l'elemento che conta maggiormente» afferma **Mauro Zaniboni**, Ceo di MZ Congressi.

Non stupisce allora che l'aumento esponenziale dei congressi sia avvenuto in un'era di straordinari progressi nei campi della medicina, delle scienze e della tecnologia. Questa tipologia di eventi è infatti trainata e sostenuta dallo sviluppo scientifico e tecnologico che, a sua volta, contribuisce a creare il bisogno di nuove associazioni e di nuovi congressi, andando ad alimentare un circolo virtuoso di diffusione della conoscenza. Tuttavia, sarebbe errato pensare al mondo dei congressi medici



come a un insieme rigido di format e procedure: benché più lentamente di altri settori del Mice e benché senza tutti i "fronzoli" legati alla spettacolarizzazione e all'effetto wow, anche gli eventi scientifici stanno andando sempre più verso una maggior interazione, un coinvolgimento sempre più attivo dei partecipanti e un utilizzo via via più efficace della tecnologia e, soprattutto, della digital communication, social network inclusi. Sicuramente, uno dei motori propulsori è il cambio generazionale, che porta sempre più millennials tra le fila dei delegati, come è accaduto per il Congresso Simg-Società Italiana di Medicina Generale 2018, che ha visto più della metà dei 2.800 partecipanti sotto i 35 anni, grazie a corsi pratici dedicati, agevolazioni economiche e alla creazione di un board esecutivo parallelo, rigorosamente under 35.

IL CONGRESSO DIVENTA SOCIAL

«I millennials sono nati con lo smartphone in mano e quindi per attirare la loro attenzione è fondamentale essere presenti sui social media con post live e azioni di storytelling che raccontino la tua attività giorno per giorno» spiega **Rosangela Quieti** managing director congress division AIM Group International, alla quale fa eco Mauro Zaniboni: «La digital communication è oggi fondamentale e si compone di diversi "ingredienti", tra i quali giocano un ruolo di primo piano i social network, con Facebook ancora in prima fila: noi creiamo la pagina di ogni singolo congresso con notizie, link, aggiornamenti, il programma da scaricare e via dicendo. Molto utile per mantenere invece un legame con il pubblico – soprattutto per i congressi che si svolgono a cadenza annuale – è la newsletter periodica che mantiene viva l'attenzione sull'evento

anticipando argomenti, relatori e programmi nel periodo di tempo che va da un'edizione all'altra. E poi, ovviamente, l'app dedicata, che va creata il prima possibile per diventare un vero e proprio strumento di promozione del congresso, inoltre dev'essere costantemente aggiornata e arricchita, deve consentire le notifiche push per essere davvero efficace e, infine, deve essere "longeva" in modo da poter essere utilizzata anche a congresso terminato per ricevere feedback ma anche per promuovere l'evento successivo».

Se la tecnologia consente dunque di stringere legami con il pubblico anche oltre la durata dell'evento e mantenere vivo l'interesse sull'argomento trattato, è fondamentale però che piattaforme web e app siano user-friendly e intuitive, facili da usare, chiare e interattive, perché il compito di un'app, appunto, non è solo quello di fornire informazioni (altrimenti sarebbe un mero sostituto del supporto cartaceo), ma anche quello di coinvolgere i partecipanti. Occorre quindi considerare, come accennato da Zaniboni, se l'app è abilitata a inviare notifiche push per allertare i partecipanti su cambiamenti o aggiornamenti organizzativi, se consente la votazione in tempo reale o l'invio di domande ai relatori; se è abilitata alla lettura dei codici Qr per visualizzare i materiali delle aziende sponsor e, infine, se è integrata ai principali social media o se permette di costruire un social network al proprio interno per permettere ai partecipanti di connettersi fra loro e fare networking: «La percentuale di app scaricate rispetto ai partecipanti si aggira sul quaranta-cinquanta per cento: è ancora bassa ma sicuramente salirà man mano che si abbasserà l'età media dei congressisti» conferma Zaniboni.



MAURO ZANIBONI,
Ceo di MZ Congressi

«La percentuale di app scaricate rispetto ai partecipanti si aggira sul quaranta-cinquanta per cento: è ancora bassa ma sicuramente salirà man mano che si abbasserà l'età media dei congressisti».



ROSANGELA QUIETI
managing director congress division
AIM Group International

«La digital communication è oggi fondamentale e si compone di diversi "ingredienti", tra i quali giocano un ruolo di primo piano i social network, con Facebook ancora in prima fila».





9 (+1) MOTIVI PER CREARE L'APP DEL CONGRESSO

1. SODDISFA L'ASPETTATIVA DEI PARTECIPANTI

Il ruolo dello smartphone nella vita quotidiana è ormai tale che le persone si aspettano di poterlo usare anche per accedere ai contenuti di un congresso, trovarvi le informazioni rilevanti ed effettuarvi almeno le operazioni di base (costruire l'agenda, visualizzare il programma, consultare le mappe geolocalizzate, etc)

2. COINVOLGE I PARTECIPANTI

L'app può aiutare l'organizzatore a fare in modo che le persone prestino attenzione alle informazioni (pratiche, logistiche, di contenuto, di opportunità) sul congresso e le facciano proprie per sfruttarle al meglio ed esserne quindi più soddisfatti.

3. RIDUCE I COSTI E AUMENTA LA SOSTENIBILITÀ

Ridurre l'utilizzo di carta significa non solo contenere l'impatto ambientale, ma anche ridurre le spese. È sufficiente calcolare quanto costa stampare programmi, materiali e agende degli eventi per tutti i partecipanti, incluse le ristampe dovute a cambiamenti dell'ultimo minuto, per rendersi conto di quanti soldi può fare risparmiare un'app.

4. SEMPLIFICA IL LAVORO DELL'ORGANIZZATORE

Un'applicazione mobile elimina il lavoro manuale di editing di programmi e materiali e consente inoltre di inviare aggiornamenti, annunci e informazioni dell'ultimo minuto raggiungendo in tempo reale i partecipanti.

5. GENERA INTERAZIONE CON I RELATORI

Attraverso l'app, i partecipanti possono fare domande ai relatori o rispondere alle loro domande durante la sessione, prenotare la propria partecipazione alle sessioni e costruire la propria agenda personalizzata, oppure prendere appuntamento con i relatori per incontri one-to-one.

**6. FACILITA LA RACCOLTA DEI FEEDBACK**

L'app può essere dotata di funzionalità che consentono ai partecipanti di esprimere la propria opinione su una miriade di aspetti del congresso, dalla valutazione della qualità dell'evento (richiesta per gli eventi Ecm), all'eventuale giudizio sull'albergo e fino alla compilazione dei test di verifica dell'apprendimento, obbligatori per eventi Ecm con meno di duecento partecipanti.

7. RENDE SEMPRE ACCESSIBILI PROGRAMMA SCIENTIFICO, ABSTRACT E POSTER

L'app in genere contiene l'elenco completo delle sessioni, i link di approfondimento sul curriculum dei relatori e gli abstract degli interventi. Gli abstract possono essere scaricati e conservati così come i poster, anch'essi resi disponibili sulla app.

8. FORNISCE LE MAPPE PER ORIENTARSI

Una buona segnaletica in sede d'evento resta fondamentale, ma una mappa virtuale dell'area congressuale, incluse l'area espositiva e l'area poster, permette ai partecipanti di orientarsi facilmente per raggiungere la sala o lo stand di loro interesse.

9. FACILITA LE AZIENDE SPONSOR

Le aziende sponsor possono evitare di stampare migliaia di opuscoli informativi sui loro prodotti: una funzionalità molto utilizzata è infatti quella dell'area espositiva virtuale, dove le aziende caricano tutti i propri materiali, che i partecipanti possono visualizzare e scaricare direttamente o attraverso i codici Qr esposti negli stand dei singoli sponsor.

10. FACILITA IL NETWORKING

Se è integrata ai principali social media o se consente di costruire un social network al proprio interno, l'app favorisce il networking, permettendo ai partecipanti di connettersi fra loro, che, dopo tutto, è uno dei motivi principali per cui si partecipa a un congresso.