

Web Marketing Festival, co-evoluzione digitale

È STATO L'AVANGUARDISTICO PALACONGRESSI DI RIMINI A OSPITARE LA TERZA EDIZIONE DELLA KERMESSE DEDICATA AL WEB MARKETING. UNA DUE GIORNI DI NETWORKING, FORMAZIONE TECNICA AFFIANCATA DA MOMENTI ARTISTICI, DIBATTITI SOCIO-CULTURALI E PERFORMANCE MUSICALI. IMPRENDITORIALITÀ E INNOVAZIONE ALTERNATE A SVAGO E RELAX, PER UN PUBBLICO DI 2.600 PROFESSIONISTI.

Riunire in un unico luogo i principali attori del settore del web marketing al fine di esplorare gli aspetti, gli ambiti e i mondi a esso connesso: dall'imprenditorialità all'innovazione. Questo, in sintesi, l'obiettivo alla base del 'Web Marketing Festival', svoltosi il 19 e 20 giugno 2015 al Palacongressi di Rimini.

"Dall'avvento dell'era digitale in avanti - spiega **Cosmano Lombardo**, ceo e business developer gt idea, general manager Wmf -, il web marketing ha vissuto periodi di alti e bassi, momenti di esaltazione e altri di mera 'prostituzione' professionale di quanti operano nel settore. Abbiamo quindi deciso di iniziare un percorso di formazione che avesse come obiettivo la messa a disposizione di prodotti formativi sul web marketing di qualità, per permettere a tutti di conoscerne le potenzialità, dando così credito a un settore che sta facendo da traino per molte imprese. Questo 'fiume', sgorgato nel 2007, aveva bisogno di un 'mare' in cui sfociare e che andasse a bagnare tutte le porzioni di terra limitrofe: è così che è nato tre anni fa il **Web Marketing Festival**. Dopo due anni in cui l'evento si è svolto a Roma, abbiamo deciso in concomitanza con il trasferimento della nostra sede legale a Bologna di trovare giusta collocazione in terra Emiliano-Romagnola". Questa edizione della kermesse ha voluto stravolgere completamente l'idea di evento presentando un Festival dove la **formazione** è in primo piano,

accompagnata da **spettacolo, cultura e passione** per il territorio. Il filo conduttore che ha legato le molteplici iniziative del Festival è stata la '**co-evoluzione digitale**': un processo nel quale, grazie all'avvento di internet e del digitale, una pluralità di soggetti viene messa in contatto e in relazione. Con la forza della co-evoluzione digitale viene alimentata la trasmissione di messaggi, la produzione di teorie e attività innovative che vanno costantemente ad alimentare la crescita e lo sviluppo del web marke-



COSMANO LOMBARDO,
CEO E BUSINESS DEVELOPER
GT IDEA, GENERAL MANAGER
WMF

[LA LOCATION]

[PALACONGRESSI DI RIMINI]

Struttura moderna e tecnologicamente avanzata, può ospitare eventi di ogni tipologia, anche in contemporanea, grazie agli **11.000 mq** di area espositiva e alla flessibilità delle **18 sale** (suddivisibili in **39**). Immersa in un parco e a due passi dal centro storico, offre anche un servizio catering d'eccezione, fornito da Summertrade (Gruppo Rimini Fiera) con menù personalizzabili. Sul campo, guidato dall'esperienza dell'event manager, un team interno, che collabora e supporta il progetto creativo, grazie alla professionalità di tecnici audio e video, specialisti in allestimenti. In quanto prima '**Wellness Location Congressuale**' italiana (certificata **Wellness Foundation di Technogym**), il Palacongressi consente l'allestimento di aree attrezzate con video trainer e Wellness Ball Active Sitting di Technogym. Nel 2014, la location ha ospitato oltre **100 eventi** di aziende e associazioni, ma anche eventi sportivi e sindacali.

Formazione, spettacolo, cultura e passione per il territorio hanno caratterizzato il Web Marketing Festival (Palacongressi di Rimini, 19 e 20 giugno 2015)

ting contaminando molti ambiti delle società. Il Web Marketing Festival è stato un momento di interazione importante tra le persone che si occupano di tale disciplina. "Un evento - racconta Lombardo - che ha rappresentato non solo un'occasione per **formarsi, aggiornarsi e fare il punto** su come si stia evolvendo il settore, sull'**innovazione, l'imprenditorialità e la digital disruption**, ma ancor più un momento di co-evoluzione, poiché dalla due giorni si sono sviluppate nuove interazioni tra operatori e partecipanti che hanno portato a un'ulteriore crescita del web marketing. Un evento costruito insieme a tutti i partecipanti e che grazie a loro speriamo possa diventare un punto di riferimento per il nostro settore e funzionale alla crescita del nostro Paese". I contenuti sono stati suddivisi all'interno di **22 sale** su singole **leve del web marketing** (Seo, Social Network, Content Mktg, Google Adwords, Mobile Mktg, Governance e Management del Web Mktg, ecc) e hanno visto alternarsi oltre 120 relatori rappresentanti di altrettante web agency italiane e internazionali, nonché esperti di digital marketing, referenti di aziende quali **Carpigiani, Ovieste, Eni**, ma anche responsabili marketing di pmi. Le modalità di presentazione degli interventi sono state quattro: **workshop** (vere e proprie lezioni pratiche su come utilizzare gli strumenti migliori di web marketing); **focus** (approfondimenti su argomenti specifici); **conference** (case history e speech sull'utilizzo delle singole leve); **dibattiti su tematiche sociali e culturali**. Infine, una fetta importante dell'evento è stata dedicata alle **start-up** con una **pitch competition**, organizzata insieme a **La Stampa**, e ha visto sfidarsi **sei progetti digitali innovativi**.

La formula pensata pare sia stata particolarmente apprezzata, poiché si è passati dai **700 partecipanti** della precedente edizione a oltre **2.600** nel 2015. "Il Web Marketing Festival - commenta **Francesca Ferraris**, event manager CB Riviera di Rimini/Business Unit Congressuale Rimini Fiera - ha previsto lavori contemporanei nella sala plenaria, allestita per oltre **2.000 persone** nella Sala della Piazza, e in **11 sale tematiche**. La repentina crescita negli ultimi giorni dei partecipanti ha reso necessario rivedere



in brevissimo tempo la pianificazione degli spazi per adeguarsi ad accogliere oltre mille ospiti in più di quelli previsti. Oltre ai **seminari**, l'evento ha utilizzato gli **spazi comuni** in maniera molto 'viva', in quanto spettacoli di **artisti di strada, musica e DJ** hanno trovato spazio nei foyer del palazzo in un clima di festa e di svago per i partecipanti".

Web, rete a banda larga e modalità di connessione, sono ingredienti essenziali nella ricetta di un meeting di successo. Ancora una volta l'avanguardica dotazione tecnologica, fiore all'occhiello del Palacongressi, ha contribuito all'ottima riuscita dell'evento. "La **tipologia della kermesse** - precisa Ferraris - e l'**elevato numero di partecipanti** hanno richiesto un'altissima connettività, via cavo e wireless, garantita non solo nelle sale, ma anche nei foyer e negli spazi comuni".



[WEB MARKETING FESTIVAL]

[SCHEDA TECNICA]

Società organizzatrice: gt idea
Tipologia: convention
Obiettivi: formazione, diffusione utilizzo tecnologie web mktg
Target: media consultants, blogger, freelance, web designer, mktg manager, agenzie di comunicazione, mondo della rete
Data: 19/20 giugno 2015
Location: Palacongressi di Rimini
Media partner: Radio 105, Radio Monte Carlo, Virgin Radio, QN Nazionale, La Stampa
Numeri: 2.600 partecipanti



FRANCESCA FERRARIS,
 EVENT MANAGER CB
 RIVIERA DI RIMINI