

evexcom: a Visual Communication una nuova finestra sul mondo degli eventi

Visual Communication ha lanciato evexcom - Event Services and Communication, la manifestazione dedicata al mondo degli eventi. Promossa anche la prima ricerca sul mercato italiano degli eventi

di Luca Bianco

Visual Communication è la maggiore fiera europea per gli operatori dell'industria della comunicazione visiva. La manifestazione si è svolta a Milano dal 10 al 12 novembre 2005 nei pad. 15 e 16 del Portello - Fiera Milano, su una superficie di 31.000 m², con un aumento del 12% dello spazio espositivo rispetto all'edizione precedente. Sono stati presenti 292 espositori diretti e 395 aziende rappresentate.

Fattore determinante per la crescita è stato il lancio di **evexcom - Event Services and Communication**, manifestazione dedicata al mondo degli eventi, che si è proposta come il palcoscenico ideale per esporre le proprie novità, unendosi ai 292 espositori consolidati della Visual Communication.

Esporre alla **evexcom** ha permesso agli operatori degli eventi di incontrare i loro clienti chiave: dai direttori marketing alle agenzie pubblicitarie, dai centri media alle società di pubbliche relazioni, dagli event manager ai service provider. I decision maker di questo dinamico mondo hanno potuto tro-

vare una completa panoramica di tutte le attrezzature e dei servizi che rendono ogni evento "speciale".

Il primo monitor sul mercato degli eventi

L'evento è un vero e proprio mezzo di comunicazione. Tuttavia, a differenza degli altri media, non si conoscono il valore del mercato, le tendenze e l'immagine di cui godono gli operatori del settore.

Per colmare questa lacuna Adc - Agenzia della comunicazione - la società editrice indipendente che produce contenuti multimediali attraverso ADVexpress, i Quaderni della Comunicazione e il bimestrale e20 - in cooperazione con Reed Exhibitions Italia Srl, ha affidato all'istituto di ricerca Astra, del professor Enrico Finzi, l'incarico di realizzare la prima ricerca sul mercato degli eventi in Italia.

La ricerca ha coinvolto 300 aziende che investono in comunicazione, con l'obiettivo di conoscere finalmente: l'entità degli investimenti in eventi nel 2004-2005; il loro trend dei prossimi anni; la tipo-

logia degli eventi realizzati nel recente passato e nel futuro; la tendenza al fai da te o il ricorso a professionisti; i criteri richiesti al partner ideale degli eventi; la notorietà delle agenzie di eventi; le location più apprezzate; il ruolo dell'event mana-



ger nell'azienda. I risultati della ricerca sono stati presentati il 10 novembre nel corso della manifestazione, con l'intervento del professor Finzi, di Salvatore Sagone, presidente di Adc, e di Carlo Hermes, responsabile eventi e rappresentanza direzione di comunicazione Enel.

display SuperstarItalia 2005

In occasione della Visual Communication Italia si è svolta anche la terza edizione di display SuperstarItalia.

Per la prima volta hanno gareggiato anche display internazionali, con un accresciuto livello qualitativo.

Produttori e clienti si sono dati appuntamento per vincere i

tre prestigiosi Gold Superstars per le categorie durevole, non-durevole e internazionale. Una giuria indipendente ha assegnato i premi speciali per il miglior design, la migliore realizzazione tecnica e il display più innovativo.

L'evento è stato organizzato in collaborazione con "display International", la rivista leader del mercato Pop/Display.

Il Telaio d'Argento

Visual Communication 2005 ha ospitato anche la settima edizione del Telaio

d'Argento, che premia la professionalità e la creatività dei serigrafisti italiani.

Al concorso, che ha attirato più di 6000 serigrafisti italiani, hanno partecipato più di 50 opere appartenenti alle seguenti categorie:

1^a categoria: stampa d'arte su qualunque supporto, sponsor Serindustria Srl;

2^a categoria: tessile/capi finiti stampati in serigrafia, sponsor: Quaglia Srl Screen Printing Technologies;

3^a categoria: lavorazioni industriali, sponsor Seritalia System Srl;

4^a categoria: Seriprint Giovani, una categoria riservata esclusivamente agli allievi delle scuole grafiche, sponsor Caledonia Srl.

