

Costa meno e rende di più: secondo un sondaggio, il 40% delle grandi imprese ne assumerà uno entro il 2008

Fiere e manifestazioni, le aziende puntano sull'event manager

Una nuova figura si affaccia nel mondo della comunicazione aziendale: l'event **manager**. Secondo gli esperti sarà il professionista di comunicazione con le più alte potenzialità di crescita nei prossimi anni. A lui il compito di mettere fine a una consuetudine: nelle aziende quando si parla di eventi se ne vogliono occupare un po' tutti. Dai funzionari commerciali al marketing, dalle Pr interne alle aziende esterne di consulenza.

Sul tema è stata presentata ieri una ricerca condotta dall'istituto Astra e commissionata dall'Agenzia della Comunicazione: lo studio è stato reso pubblico nel corso di Visual Communication, la manifestazione annuale di comunicazione visiva ed eventi organizzata da Fiera Milano International. La ricerca ha coinvolto, lo scorso mese di ottobre, oltre 300 top **manager** di aziende italiane che investono in comunicazione. I risultati indicano che, per il momento, l'event **manager** è una figura poco diffusa all'interno della

realità italiana. Infatti il 71% degli intervistati appartenenti a società di medio-grandi dimensioni afferma che oggi non esiste questo profilo all'interno della propria impresa. Tuttavia è interessante il fatto che oltre il 40% indica di volerne inserire uno in organico entro il 2008.

Ma perché le aziende, che spesso si avvalgono di società esterne che operano in outsourcing, dovrebbero farsi carico di un nuovo **manager**? «Per il ritorno degli investimenti — spiega Salvatore Sagone, presidente di Adc — perché un **manager** che accenti questa funzione è in grado di coordinare in modo ideale anche le risorse esterne, ottimizzando gli obiettivi comuni ed evitando inutili sovrapposizioni di ruoli». Così all'event **manager** verrà data la responsabilità diretta degli eventi, che gestirà nell'intero ciclo di vita. Curando le risorse economiche da allocare e affi-

dandosi, se necessario, a strutture esterne. Ma soprattutto inserendo le proprie azioni nel contesto delle strategie complessive dell'azienda. «E questo — ribadisce Sagone — non sempre è tenuto in considerazione da chi opera in outsourcing». E della figura dell'event **manager**

si è accorto anche il mondo della formazione. Ecco perché all'università Bocconi partirà a gennaio la quarta edizione del master «Exhibition & event **manager**». Nei programmi è prevista l'integrazione tra materie che legano le strategie di comunicazione azien-

dale con competenze di marketing. In un'ottica analoga la business school della Luiss di Roma inaugura lunedì 13 novembre il primo master per formare professionisti in questo settore. Con tempistiche e programmi simili si sta muovendo anche la Cattolica di Milano.

Umberto Torelli

I corsi in partenza per diventare professionisti degli eventi



Uno scorcio della manifestazione Visual Communication

