

Un Contact Place per raccogliere la sfida post Covid-19

RUBRICA: SPS Italia Hub

Un contenitore digitale, un catalogo o come l'ha definito Franca Selva, vice presidente marketing & events di Messe Frankfurt, «Contact Place sarà una piattaforma su più livelli con più eventi, che non sarà sicuramente una fiera virtuale». Contact Place sarà lanciata a settembre perché proprio sulla piattaforma, dal 28 al 30 ci saranno i Digital day, l'evento virtuale che sostituisce l'appuntamento di Sps Italia del 2020, rimandato al 2021. Quest'appuntamento di settembre, come già detto, non sostituirà la fiera fisica, ma ricreerà le arene di discussione che avremmo dovuto vedere in fiera: automazione, mecatronia, additive manufacturing e digitale.

La piattaforma, completamente gratuita, di Sps Italia, il maggior organizzatore di fiere b2b in Italia, rappresenterà quindi un nuovo modo di incontrarsi e di dare visibilità ai clienti. L'idea è quella di lasciare un canale sempre aperto e di creare una community con contenuti, scambi rapidi e facilitati tra i contatti. Una parte di contenuti sarà resa disponibile per tutti e senza la necessità di registrarsi, mentre per le altre azioni possibili con questa piattaforma sarà obbligatoria la registrazione e quindi la cre-

azione di un profilo. La registrazione non sarà diversa da quella fatta in fiera, e come spiega Giulio Pizzuto, responsabile del progetto «abbiamo prestato molta attenzione anche all'aspetto privacy, tutelando i dati registrati e le conversazioni tra utenti di cui non resterà traccia».

Esistono 300.000 posti di lavoro cercati, dal manifatturiero alla tecnologia. Si prevede che il 40% delle mansioni cambierà nei prossimi 10 anni

La piattaforma è stata pensata in funzione dei normali visitatori della fiera e quindi creata sulla base delle esigenze delle aziende del mondo manifatturiero e dei servizi, senza

dimenticare però le scuole, le università, i Dii e i competence center, anch'essi visitatori della fiera.

«Il progetto per Contact Place è nato dall'idea di un catalogo digitale, ma con un'aspettativa più ambiziosa» prosegue Pizzuto «noi di Sps Italia abbiamo pensato di espandere il catalogo, con i nuovi contenuti forniti dagli espositori, ma in fase di progettazione ci siamo resi conto che era necessario creare qualcosa di complementare alla fiera. L'obiettivo finale del Contact Place non sarà però quello di tamponare la situazione in questo momento post Covid-19. La nostra intenzione è quella di creare un gemello della fiera fisica, in versione virtuale, con tutti gli eventi collaterali come conferenze e tavole rotonde in versione online, fino a creare eventi complementari e mixati. Sarà una hub digitale dell'automazione, una piattaforma per raccogliere contenuti, offerte e dare la possibilità di comunicare tra i membri della community».

□ l.b.