

Industry

Digital360 archivia il 2020 con il numero record di 580 eventi digitali organizzati

sono stati realizzati sia webinar “verticali” dal target specialistico, tipicamente della durata di un’ora, che grandi eventi digitali della durata di un intero giorno, con tavole rotonde, presentazioni, analisi di caso, ma anche eventi con format di tipo “televisivo” e cicli di appuntamenti settimanali con approfondimenti su temi specifici. Quelli più articolati hanno visto la partecipazione di migliaia di persone, con decine di relatori collegati a distanza da tutto il mondo.

Digital360 S.p.A., società quotata sul mercato AIM Italia – Mercato Alternativo del Capitale, organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. (“DIGITAL360” o “Società”), comunica che nel corso del **2020** ha organizzato **580 eventi digitali**, in forte crescita rispetto ai circa **100 organizzati nel corso del 2019**.

Gli eventi, che hanno visto la partecipazione di oltre 130.000 manager e professionisti, hanno consentito alle imprese clienti di non interrompere, anche durante i mesi di lockdown, le attività di comunicazione, di marketing e di business development, oltre che di sperimentare con successo nuove forme di business.

In risposta all’emergenza sanitaria relativa al Covid-19, **Digital360**, fin da subito, ha messo a disposizione dei suoi clienti un servizio “chiavi in mano” per l’organizzazione di tali eventi, con format e soluzioni innovativi e diversi l’uno dall’altro, definendone il taglio a seconda delle specifiche esigenze. Nel corso del 2020 sono stati realizzati sia webinar “verticali” dal target specialistico, tipicamente della durata di un’ora, che grandi eventi digitali della durata di un intero giorno, con tavole rotonde, presentazioni, analisi di caso, ma anche eventi con format di tipo “televisivo” e cicli di appuntamenti settimanali con approfondimenti su temi specifici. Quelli più articolati hanno visto la partecipazione di migliaia di persone, con decine di relatori collegati a distanza da tutto il mondo.

Digital360, inoltre, ha messo a disposizione una specifica piattaforma tecnologica che, oltre alle modalità di interazione “classiche”, consente ai partecipanti di interagire anche in stanze riservate, di fissare appuntamenti in tempo reale e di accedere agli eventi visitando “luoghi virtuali” attraverso rendering 3D di spazi fisici.

“L’emergenza e l’esigenza di lavorare da remoto hanno fatto scoprire alle imprese la grande utilità, versatilità ed efficacia degli eventi digitali, che consentono di gestire a

distanza la relazione con i clienti, sviluppando nuove opportunità di business - dice **Raffaello Balocco** (in foto), CEO di **Digital360** -. I nostri risultati in questo ambito ci hanno consentito un significativo sviluppo del relativo fatturato, grazie anche agli investimenti compiuti negli anni passati che oggi ci consentono di mettere disposizione dei clienti un servizio a tutto tondo, dalla progettazione del format e della creatività all'ingaggio del target, fino alla gestione dell'evento stesso attraverso la nostra piattaforma tecnologica. Gli eventi digitali rimarranno uno strumento fondamentale di posizionamento e di lead generation, anche una volta che l'emergenza sarà terminata".