

A RIMINI E ONLINE

Il modello Meeting
nell'era del virus

Viana a pagina 10

OGGI SI PARTE CON DRAGHI

Il Qr code, i volontari e la tecnologia

Il Meeting "light" vuole fare scuola

PAOLO VIANA
Inviato a Rimini

Oggi, come ogni anno dopo Ferragosto, a Rimini si apre il Meeting. La notizia sarebbe già tutta qui. Non per i 6mila visitatori previsti, contro gli 800mila dell'anno scorso. Neanche per lo sbarlucichio di ministri (Speranza, Gualtieri e De Micheli), euro-commissari (Gentiloni) e riserve della Repubblica (Draghi) che sfileranno nell'aula della vecchia fiera. Né perché ci sarà l'ennesimo premio Nobel (Yunus) o l'unico scrittore che sia riuscito a vendere il suo libro in tempi di coronavirus: David Quammen, l'autore di "Spillover". La notizia potrebbe essere la stessa del 2019 e degli anni precedenti perché, malgrado la crisi dei giornali e il tracollo dell'editoria libraria, ancora una volta Rimini sancisce la sopravvivenza di un raduno politico-culturale capace di attirare pubblico e opinion leader, a decenni di distanza dalla fine dei congressi di partito e delle tante kermesse radical-chic che hanno provato a imitare l'Estate Romana (quella di Argan, ovviamente).

E invece, la novità è che il Meeting cambia pelle. Davvero. Rivedendo il proprio format, allo scopo di ottemperare alle misure di sicurezza imposte dall'emergenza coronavirus, diventa un laboratorio della congressistica ai tempi del Covid. «Proprio durante il lockdown – ha rivelato qualche giorno fa il neopresidente della Fondazione Meeting, Bernhard Scholz –

abbiamo deciso di realizzare il Meeting, pur nelle limitazioni più stringenti imposte dall'emergenza, perché siamo convinti che la manifestazione potrà essere una grande occasione». Non è solo la difesa di un brand. La *Special edition*, nata come ripiego e concepita per ospitare un pubblico in sala limitato (non più di mille presenze al giorno), sottopone tutti ad un test. «Assistiamo con grande meraviglia alla nascita di un nuovo modo di fare Meeting», ammette il direttore Emanuele Forlani. Questo "nuovo modo" non è rappresentato tanto dalla partizione tra i convegni che potranno essere seguiti dal pubblico in sala e quelli che nasceranno esclusivamente nella dimensione digitale, come *webinar*. «La novità sono le oltre cento città in cui abbiamo allestito dei punti Meeting – racconta Forlani – dove i volontari organizzeranno la proiezione degli eventi e animeranno il dibattito: la tecnologia non si sostituisce all'incontro fisico, ma lo dilata nel tempo e nello spazio. Il Covid-19 ci impone di spostare il Meeting sui territori e questo significa anche ampliare la fruizione, facendo conoscere questo appuntamento a persone lontane». In altre parole, la kermesse nasce a Rimini ma viene gemmata ovunque vi sia un gruppo in grado di allestire e animare la proiezione degli eventi. Non è mai avvenuto: in passato, chi seguiva le conferenze in *streaming* o su *Youtube* lo faceva in totale solitudine e l'esperienza diventava intera-

mente mediatica. Adesso, il digitale viene ricondotto al proprio ruolo strumentale, il che, per dei ragazzacci innamorati dell'incontro che genera l'Avvenimento è una bella soddisfazione. «Il Meeting non è morto – insiste Forlani –, il Meeting resta quello di sempre, perché rimane la fisicità della relazione tra l'evento, i relatori e il pubblico, attraverso l'esperienza dei volontari. Conserviamo le caratteristiche storiche dell'appuntamento, semplicemente lo dilatiamo da Rimini al mondo, grazie alle tecnologie». Il direttore della manifestazione si arrischia a ipotizzare "numeri alti". Del resto, i partner storici del Meeting (Intesa, Generali, Tim ed Enel) hanno voluto esserci, l'Ente Fiera ha insistito per non rinviare la kermesse e gli enti locali, Regione e Comune in testa, hanno fatto la loro parte. Il Meeting di Rimini come atto di resilienza, per non arrendersi al Covid-19.

Certo, la 41esima edizione sarà forzatamente speciale, con gli inviti da vidimare tramite *Qr code*, per garantire la tracciabilità dei partecipanti, la misurazione della temperatura all'ingresso,



Peso: 1-1%, 10-34%

la sanificazione delle mani... Scordatevi i chioschi delle piazze e i ristoranti regionali. La gioiosa mescolanza di sudore e di chiasso che ha fatto la storia della manifestazione rappresenterebbe un pericoloso assembramento. Il nuovo format vale anche il 40% di incassi in meno. Sarà un **Meeting light**, in tutti i sensi. Le mostre sono rimaste, ma la fruizione avverrà quasi interamente nello spazio digitale. Lo spazio bambini sarà sostituito dal Villaggio senza villaggio: appuntamenti digitali con storie, canzoni, spettacoli, laboratori...

Questa rivoluzione è resa possibile, spiega Forlani, da due metamorfosi. La prima riguarda i volontari. Sono sempre stati migliaia e arrivavano da ogni parte del mondo, pagandosi viaggio e alloggio a Rimini, magari per faticare nell'allestimento degli spazi espositivi o sfidare la canicola come parcheggiatori. Oggi il volontario,

racconta Forlani, diventa "creativo": dislocato nelle città-ripetitori dell'evento, è chiamato a inventarsi le forme di animazione più consone. Si potrebbe parlare di inculturazione del **Meeting** e la sfida potrebbe riservare sorprese anche a Cl, dal momento che il messaggio, evidentemente, sarà mediato dalle realtà locali.

La seconda metamorfosi è quella dell'Avl. L'acronimo sta per Audio-video-luci. Fino a qualche anno fa, individuava i tecnici che gestivano l'illuminazione e provvedevano all'amplificazione delle sale. Oggi sono una cinquantina di volontari superspecializzati, tra cui una trentina di esperti informatici che, in collaborazione con la *Sound D-light*, gestiscono i flussi video diretti a *Facebook* e *YouTube*, facendo in modo che ogni evento possa essere seguito da casa. Ragazzi come Daniele Cesarini e Andrea Acquaviva, che lavorano ai supercalcolatori del

Cineca, o Michele Arduini, specializzato in automazione industriale, e Andrea Battagli, responsabile del dipartimento Avl. «Per questa edizione speciale del **Meeting** abbiamo raddoppiato la capacità della nostra infrastruttura tecnologica – ci raccontano – e lavoreremo in modo diverso dal passato. Si passerà dalle due telecamere per evento alle 4 o 5, arrivando a realizzare oltre cento ore di produzione video nei 6 giorni di **Meeting**, rendendo possibili fino a 12 *live streaming* contemporanei». Ritmi da grandi studi televisivi. Tanta sperimentazione: «Al **Meeting**, soprattutto da quest'anno – spiega Daniele – mixiamo la tecnologia del broadcasting televisivo e quella dell'Ict: mentre il broadcasting televisivo è nato per distribuire video *real time*, cioè trasmettere immagini sincronizzate in un flusso video continuo, le reti Ict e Internet sono basate sulla frammentazione dell'informazione e nella tra-

missione in pacchetti dati che non necessitano di forti vincoli temporali di affidabilità. Qui al **Meeting** fondiamo le due tecnologie, usando insieme sistemi Ict e *video broadcasting*; portiamo quindi sulla rete internet, che lavora a pacchetti, un flusso video che ha per sua natura forti requisiti *real time* e di integrità dell'informazione; tutto questo rende il nostro lavoro molto delicato da un punto di vista tecnologico». Nasce così l'incontro che genera il **Meeting**, ai tempi del Covid.

Un laboratorio della congressistica ai tempi del Covid, ma anche la difesa di un brand conosciuto in tutto il mondo.

La "Special edition", nata come ripiego e concepita per ospitare un pubblico in sala limitato (non più di mille presenze al giorno), sottopone tutti ad un test



Le sale per Audio-video-luci da cui verrà "trasmesso" il Meeting



Peso:1-1%,10-34%