

LAVORO, MENO CALL, PIÙ RELAZIONI: È IL TEMPO DELLA “RECONNECTIVITY”. IL 99% DEI MANAGER RISCOPRE IL VALORE DEGLI EVENTI IN PRESENZA

Meno call, più relazioni: dopo anni di overload digitale, i manager tornano a scegliere gli incontri in presenza come leva strategica di business. È il tempo della “reconnectivity”, il nuovo trend svelato dai dati della survey realizzata dal NOESIS -RICHMOND EXECUTIVE OBSERVATORY di Richmond Italia in collaborazione con BVA Doxa, dai quali emerge come il 99% dei manager riconosca il valore degli eventi B2B in presenza. Un dato che racconta il bisogno di tornare a vivere esperienze di lavoro condivise. Un cambio di paradigma che non rinnega il digitale, ma ne ridefinisce i confini, e che trova conferma anche nei dati di mercato che vedono il settore degli eventi B2B in forte crescita a livello globale (+67% nel prossimo decennio). “La reconnectivity rappresenta un nuovo modo di connettersi che unisce relazione, tempo di qualità e ispirazione. Le persone non cercano solo efficienza, ma esperienze che lascino un segno” afferma Federica Castioni, nuovo direttore marketing e comunicazione di Richmond Italia

In un mondo del lavoro sempre più digitale, tra agende sovraccariche e videocall continue, le relazioni professionali rischiano di diventare sempre più rarefatte. È in questo contesto che sta emergendo e si sta **affermando un nuovo trend**: la “reconnectivity”. Un approccio che risponde **all’esigenza dei manager di tenere insieme connessione e intenzionalità**, andando oltre la mera connettività digitale per **riscoprire relazioni più autentiche e significative**. La “reconnectivity” è il fenomeno individuato da **NOESIS - RICHMOND EXECUTIVE OBSERVATORY**, l’osservatorio di **Richmond Italia**, azienda leader nell’organizzazione di forum B2B **con accesso privilegiato a una community di manager**. L’osservatorio ha realizzato la survey *L’evoluzione delle priorità manageriali nell’era della trasformazione tecnologica e dell’incertezza globale* in collaborazione con **BVA Doxa**, prima società di ricerche di mercato fondata in Italia. L’indagine nasce con l’obiettivo di promuovere la cultura d’impresa sulle competenze manageriali e analizzare i cambiamenti che stanno ridefinendo il lavoro del futuro. Tra le priorità emerse, un dato è particolarmente significativo: **il 99% dei manager riconosce il valore degli eventi di business in presenza**, sempre più vissuti come esperienze capaci di unire lavoro, relazione e ispirazione. La “reconnectivity” punta così a ridefinire i contorni di una leadership concretamente presente, che rimette al centro l’incontro come leva di valore del lavoro. Un’attitudine che **non rinnega il digitale**, ma lo supera quando serve relazione vera, rispondendo a un’agenda sempre più frammentata e iperconnessa. Non un ritorno al passato, ma **una scelta consapevole di tempo di qualità**: una presenza che diventa intenzione, in contrapposizione all’*always on* che negli ultimi anni ha sicuramente accresciuto le interazioni, ma non necessariamente il valore delle relazioni umane.

La ricerca non solo evidenzia **un consenso schiacciante sul valore degli eventi di business in presenza** ma, più in particolare, racconta un cambio di paradigma: **l’81% degli intervistati ritiene infatti che gli eventi di business in presenza rafforzino le relazioni professionali** (percentuale che sale all’88% tra gli over 55) e **creino nuove opportunità**. Mentre il **69% considera la comunicazione migliore rispetto alle riunioni virtuali**. Solo il 7% li trova costosi e difficili da organizzare. “Il confronto diretto e le esperienze immersive sono elementi chiave per la costruzione di fiducia tra i principali

attori aziendali, gli eventi business to business si confermano quindi fondamentali per le aziende e il dato del 99%, così significativo, emerso dalla survey lo conferma – commenta **Federica Castioni**, nuovo direttore marketing e comunicazione di **Richmond Italia** – Dopo anni di overload digitale, i manager stanno riscoprendo il valore della presenza come scelta intenzionale, non come abitudine. È qui che nasce la “*reconnectivity*”: un nuovo modo di connettersi che unisce relazione, tempo di qualità e ispirazione. Arrivando dal mondo B2C, vedo un parallelo evidente: le persone non cercano solo efficienza, ma esperienze che lascino un segno. Oggi questa esigenza è diventata centrale anche nel business”.

In linea con il principio della “*reconnectivity*”, che rimette al centro l’incontro come leva di valore per il business, il settore degli eventi B2B mostra prospettive di crescita solide anche su **scala globale**. Le stime di **Market Research Future** indicano infatti, nel periodo 2025-2035, **un tasso annuo composto di crescita (CAGR) del 5,25%**, con un valore di mercato in aumento da **51,51 a 85,93 miliardi di dollari (+67%)**. Si tratta di un’evoluzione dinamica per il settore anche grazie al confezionamento di **formati di eventi sempre più personalizzati e coinvolgenti**. Nuovi modelli in cui i partecipanti non sono semplici partecipanti ma spesso contribuiscono in maniera attiva al successo dell’esperienza in sé, come racconta **Benedetta Favara**, direttore generale di **Richmond Italia**: “Alla luce delle previsioni di crescita, non si assiste soltanto a un’accelerazione del mercato, ma alla conferma di un cambiamento più profondo: la rinnovata scelta, da parte delle persone e delle organizzazioni, di tornare a incontrarsi fisicamente. In un contesto sempre più competitivo, le aziende investono in esperienze di evento distintive e ad alto valore, capaci di risuonare con il proprio pubblico di riferimento. Una direzione che riflette il riconoscimento crescente del valore delle interazioni faccia a faccia, sempre più centrali per rafforzare le relazioni, favorire la collaborazione e generare nuove opportunità di business”.

Con cortese preghiera di diffusione
Febbraio 2026

Per informazioni e immagini

Noemi Gentilezza
ESPRESSO COMMUNICATION
n.gentilezza@espressocommunication.it
cell. 3312285111

Eugenio Alberti
RICHMOND ITALIA
ealberti@richmonditalia.it
cell. 3478734672