

Reinvent the event

UNLOCKING
THE
UNEXPECTED

— report by
institute for tomorrow
powered by [Snapsight.com](https://snapsight.com)

Centro de Congressos do Estoril
27 de outubro de 2025
Organização: Event Point

EVENT ✶ POINT

tm institute
for
tomorrow

Unlocking the Unexpected



O REINVENT the event é um encontro do ecossistema de eventos em Portugal que cruza curadoria, tecnologia, sustentabilidade e inclusão. A edição de 2025, sob o tema “Unlocking the Unexpected”, desafiou marcas, organizadores e parceiros a desenhar experiências com impacto real para pessoas, negócios e territórios. Reuniu escala e diversidade: **200K pessoas alcançadas, 800 bilhetes vendidos e 3 palcos com exposição, networking, palestras e workshops.**

“Unlocking the Unexpected” pede preparação para o imprevisto, tecnologia invisível ao serviço da experiência e métricas que vão além do aplauso. Em 2025, o tema mostrou porque a surpresa com propósito é a alavanca competitiva do setor: cria memória, diferencia marcas e deixa legado nos territórios.

O Institute for Tomorrow olha para o REINVENT como laboratório vivo. Descodificamos conversas, analisamos sinais e devolvemos direções acionáveis para quem decide. Por isso este relatório é gratuito. Feito para ser partilhado, de forma colaborativa, para que o conhecimento circule e acelere a qualidade dos eventos em Portugal.

reinvent the event 2025

Keynote Colja Dams



“You cannot
fake events.
Experiences
outplay
everything.”

Colja Dams

Eventos que não se podem fingir,

Colja Dams defendeu que, numa “age of average” impulsionada pela IA, os eventos são o antídoto autêntico. Métodos ágeis, sustentabilidade *by design* e dados antes do dia D via *digital doppelgangers* elevam eficiência sem matar a criatividade. Apostar no presencial como prova de realidade.

Passar da tese à prática implica prototipar formatos em *sprints*, testar audiências com réplicas digitais e desenhar logística de baixo carbono. Medir a diferença entre eficiência e uniformização criativa com métricas de originalidade percebida, NPS emocional e pegada de CO₂ por participante.

"The most exciting year for events"

Tese: Em 2025, o salto de impacto vem de dados antes do evento e de modelos AI aplicados ao desenho, não apenas da medição posterior.

Porquê agora:

O ciclo "medir depois" já não chega. A promessa está em **simular audiências** e decisões antes da produção. O keynote de Colja Dams apresentou o conceito de **Digital Doppelganger**: "clonar" a audiência para testar hipóteses, ajustar conteúdos e otimizar sustentabilidade e operação, mantendo foco em experiências mindful e presença humana.

Em 2025, o salto de impacto vem de dados antes do evento e de modelos AI aplicados ao desenho, não apenas da medição posterior.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **"Wave 3" dos dados** = simulação pré-evento com doppelgangers digitais; reduz suposições e falhas.
- **AI + sustentabilidade**: rotear destinos e prever food waste com modelos preditivos.
- **Mindful events e "campfire gene"**: tecnologia sem perder foco humano e presença.
- **Ferramentas táticas** (Descript, Opus, Backtrack, Aura) aceleram conteúdo e CRM, atenção a GDPR.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: testar narrativas e fluxos antes de investir (pilotos com doppelgangers).

Oportunidade: otimizar CO₂ (viagens) e catering por previsão, com ganhos reputacionais.

Risco: privacidade/dados de participantes (GDPR).

Risco: "AI average" — outputs genéricos se não houver dados de qualidade.

Próximos passos

- Implementar projeto-piloto de doppelgangers num evento Q1/Q2 (amostra representativa).
- Criar policy GDPR para gravação de interações (Ex.: Backtrack) e identificação automática (Ex.: Aura).
- Integrar painel de sustentabilidade com simulação de deslocações e previsão de resíduos.

Métricas a observar

- % de hipóteses validadas pré-evento;
- Redução de food waste (%) por tipo de refeição;
- CO₂ por participante (viagem + catering).

Gonçalo Oliveira
Catarina Alves Ribeiro
João Baptista
Nuno Rodrigues

No Feelings,

No Story,

No Glory.

O painel mostrou que a emoção fixa a memória e a história dá propósito. ROE - Return on Experiences substitui vaidade de métricas e a coerência narrativa derrota o show-off técnico. Tecnologia só funciona quando serve um propósito.

Aplicar isto pede uma arquitetura narrativa clara: momento de tensão, catarse, repetição simbólica e recordação pós-evento. Produção e dados alinham-se à história com indicadores de emoção em tempo real e conteúdos de follow-up que reativam a memória.



reinvent the event 2025

Painel



Gonçalo Oliveira
Desafio Global

“Se não há emoção, se não há história, não há impacto.”



João Baptista
Institute for Tomorrow

“Há uma tendência onde transitamos da tecnologia pela novidade para o bem-estar social. A nossa preocupação começa a ser as pessoas e o bem-estar, e muito menos a tecnologia.”



Catarina Alves Ribeiro
Branding

“Quando somos impactados com determinado estímulo que tem uma intensidade maior, o nosso cérebro regista que deve ser guardado, deve ser prolongado no tempo, portanto devemos guardar essa informação na memória.”



Nuno Rodrigues
creme

O storytelling para mim é tudo. Há duas pistas criativas quando estamos a pensar o evento: a pista da ação, o que é que vai efetivamente acontecer, mas isso está sempre conectado com uma mensagem.

Emoções e Storytelling convertem.

Tese: Sem emoção, não há impacto. A história alinha mensagem, experiência e decisão.

Porquê agora:

A neurociência dá a prova que faltava à intuição criativa. Na sessão, Catarina Alves Ribeiro explicou como emoção e intensidade reforçam a codificação de memória: amígdala, hipocampo e sistemas de recompensa participam na retenção, com neurotransmissores a “marcar” experiências sensoriais que ficam disponíveis para recordar e repetir. Em termos simples, **estímulos emocionalmente intensos ganham prioridade de armazenamento e prolongam-se no tempo.**

Ao mesmo tempo, o contexto exige coerência e humanidade. O painel alertou para o risco de pirotecnia ofuscar a mensagem e sublinhou que a tecnologia é veículo, não fim. A história tem de bater certo com a ação, do abrir ao fechar de portas. Há ainda uma transição clara nas conversas do setor: de “tecnologia” para “bem-estar social” e comunidade, com exemplos de **experiências simples e humanizadas a criarem ligações mais fortes do que gadgets caros.**

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **Histórias** ativam redes neurais semelhantes à experiência, facilitando retenção.
- **“Fogo de artifício”** sem coerência dilui a mensagem; alinhar história + ação.

- "Somos 50% **fruto das nossas experiências**"
- **Comunidades > contagem de likes:** desenhar para o que as pessoas gostam de fazer.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: modelar “journey emocional” por segmentos.

Oportunidade: co-criar com comunidades (antes/durante/depois).

Risco: excesso de estímulos ofuscar a tese central.

Risco: métricas de vaidade substituírem indicadores de conversão.

Próximos passos

- Mapear arcos de emoção por persona (entrada-pico-saída).
- Criar índice de coerência (mensagem vs. experiência).
- Laboratório de conteúdos curtos para amplificação orgânica.

Métricas a observar

- Recall de mensagem 24h/7d;
- Engajamento emocional (survey escalas curtas);
- Conversões (inscrições, leads, vendas).



O futuro é imersivo

Maria Vilar

Tiago Senna

Diana Baptista da Costa

Maria Estarreja

Imersão que serve objetivos (não gadgets)

AR/VR, gémeos digitais, gaming e IA estão a migrar da demo para o core do negócio em media, retalho e eventos. Casos concretos: o gémeo digital da Madeira, com monitorização em tempo real de tráfego e risco, prova que “phygital” pode ter impacto operacional hoje; o luxo já investe pesado em plataformas de jogo. A Louis Vuitton aloca 90M€/ano ao Fortnite para falar à Gen Z onde ela vive;

Ativações simples mas bem pensadas rendem mais do que gadgets caros sem propósito; e a aceitação do público português por lojas autónomas e pagamentos assistidos por tecnologia é maior do que o estereótipo sugere.

Mensagem transversal: começar pequeno, medir, e amplificar muito além do recinto físico.

reinvent the event 2025

Keynote Josh Stinton

“When we’re
playful...
incredible
things happen.”

Josh Stinton

A meta nem sempre é o principal objetivo.

Com histórias “ridículas” e modelos práticos, Josh Stinton apresentou duas ferramentas para equipas de eventos: “Borrow a trait” (emprestar coragem/força de um modelo) e “Why not fluency” (notar o medo, nomear a curiosidade, dar o primeiro passo).

Da Vasaloppet sem saber esquiara unicycle downhill e projetos com a NASA, mostrou como pequenos empurrões, comunidade e humor desbloqueiam feitos grandes e experiências com impacto humano. Propôs rituais de equipa simples para institucionalizar estes micro-passos e transformar bloqueios em progresso semanal. Reforçou que a coragem é treinável quando medimos pequenos avanços e celebramos tentativas, não apenas vitórias.

Não é preciso ter tudo. Se falta algo pode pedir emprestado.

Tese: Coragem, curiosidade e jogo desbloqueiam ações pequenas que criam impacto desproporcional.

Porquê agora:

As equipas de eventos atravessam incerteza orçamental e fadiga de novidade. Modelos simples de ação: “Borrow a trait” (empresta uma característica quando te falta) e **Why not fluency** (nota o medo, nomeia a curiosidade, dá o empurrão) transformam bloqueios em progresso contínuo, com histórias reais que ligam propósito, comunidade e meios de comunicação. O keynote mostra como narrativas autênticas alavancam apoio externo (da imprensa à seleção norueguesa de ski) e como “**a meta prepara a próxima meta**”, tornando a resiliência mensurável e repetível.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **Portas grandes, micro-passos.** Pequenos empurrões consistentes geram impacto desproporcional.
- **Borrow a Trait.** Emprresta coragem/força de modelos ou da tua rede quando precisares.
- **Why Not Fluency.** Notar o medo → nomear a curiosidade → empurrar a ação.
- **Coragem contagia.** Narrativas autênticas atraem comunidade e multiplicam alcance.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: usar histórias de missão para catalisar comunidade e earned media em torno de cada evento.

Oportunidade: incorporar Borrow a trait em rituais de equipa para destravar decisões difíceis e alinhar comportamento a valores.

Oportunidade: aplicar Why not fluency a pilotos criativos de baixo risco para acelerar aprendizagem.

Risco: romantizar “grandes gestos” e ignorar segurança/ética; foco deve ser micro-passos com salvaguardas e métricas claras.

Próximos passos

- Definir 3 micro-ações por projeto e rever semanalmente.
- Fazer o “Borrow a Trait” em reunião: que traço emprestas e de quem.
- Ativar o quadro Why-Not: Notar Medo → Nomear Curiosidade → Empurrar Ação (ciclos de 7 dias).

Métricas a observar

- Taxa de micro-passos concluídos por sprint.
- Dias entre “notar medo” e primeiro empurrão.
- Earned reach por narrativa (media e comunidade).

The Portugal Pitch: Winning International Events

Jorge Vinha da Silva

Lídia Monteiro

Frederico Almeida Nunes

Luís Pedro Martins



PORTUGAL COMO PALCO COMPETITIVO DE EVENTOS INTERNACIONAIS

Como o país pode usar eventos âncora para reduzir sazonalidade, elevar receita e distribuir valor pelo território? Este foi o rumo da conversa do painel. O Norte aposta no ICCA 2026 em formato multi-venue para espalhar impacto; Cascais trabalha a dimensão de marca-destino, reforçando identidade e notoriedade com eventos de alto valor.



O calcanhar de Aquiles são os dados. Para orientar bids e investimento, é crucial um ecossistema de medição: promoção digital-first apoiada por IA, observatórios partilhados e reporting com KPIs de legado, contratos com cláusulas de partilha de dados, dashboards operacionais e estudos de mobilidade que liguem ambição, execução e prova de valor.



Portugal como palco competitivo de eventos internacionais

Tese: A vantagem de Portugal cresce quando distribuímos impacto por territórios e medimos legados para além das “room nights”.

Porquê agora:

Portugal subiu rankings e soma provas de capacidade. O painel mostrou estratégia nacional/regionais, dados, e o Forever Pact (Porto e Norte) para medir impacto social, inclusão, inovação e participação cívica. Cascais destacou a lógica multi-venue e polo de conhecimento; discutiu-se ainda lacunas de dados e iniciativas para as colmatar.

Com a conectividade a crescer (Porto com 16 milhões de passageiros e 130 rotas previstas para 2026) e novos instrumentos de medição (projetos PRR com 350 hotspots e metodologias de IA), Portugal tem condições objetivas para escalar bids com legado social, inclusão e participação cívica quantificados.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **Legado documentado** (ex.: “Porto e Norte Forever Pact”) amplia valor público.
- **Dados:** necessidade de observatórios e parcerias (telecom, pagamentos) para métricas fiáveis.
- **Estratégia multi-venue/território** aumenta impacto e coesão.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: ligar eventos a academias e clusters (conhecimento, saúde, aviação) em Cascais.

Oportunidade: mapear rotas aéreas como alavanca de captação.

Risco: falta de dados granulares travar investimento.

Risco: saturação logística sem plano de mobilidade.

Próximos passos

- Criar quadro nacional de legado (social/inovação/cívico) comum a regiões.
- Consórcio de dados (INE + Observatórios + indústria) para métricas contínuas.
- Pilotos multi-venue com metas de inclusão e participação cidadã..

Métricas a observar

- Indicadores de legado (voluntariado, inovação ativada, participação cívica).
- Distribuição geográfica de gastos/fluxos;
- Rotas e ocupação (antes/depois de eventos âncora).



O improviso como forma
de criatividade de marca

Rodrigo Rodrigues
Raquel Abrantes
Tiago Simões
Inês Condeço

Improviso preparado vence o caos.

O painel abordou a possibilidade de usar o improviso como uma vantagem competitiva. Bom improviso nasce de preparação rigorosa. Agilidade resolve imprevistos e cria autenticidade sem comprometer confiança e segurança. IA acelera resposta live quando a liderança protege tempo criativo.

Criar playbooks de exceção, equipas com autoridade para decisões em 10 minutos e painéis de IA para spotting de riscos e oportunidades. Definir fronteiras não improvisáveis: segurança, compliance, mensagem core e experiência do participante vulnerável.

Improviso preparado vence o caos.

Tese: Improviso disciplinado acelera criatividade, resposta a imprevistos e autenticidade de marca.

Porquê agora:

Cronogramas apertados, atenção volátil e o "inesperado" exigem capacidade de improviso com salvaguardas de marca.

A sessão destacou como "**preparar para improvisar**" não só reduz riscos, mas também aumenta a relevância da marca, permitindo agilidade e resposta rápida a cenários imprevistos num mercado em constante mudança.

Este equilíbrio entre planeamento e espontaneidade é crucial para as marcas que buscam criar experiências memoráveis e estabelecer uma conexão humana com o seu público, mesmo em setores onde a previsibilidade é a norma. A capacidade de adaptar-se e reagir a situações imprevistas, transformando potenciais falhas em oportunidades, é um diferencial competitivo na construção de uma marca resiliente e autêntica.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **Improviso eficaz** é estrutura + escuta + decisão.
- **Guiões** leves e guardrails protegem a marca e libertam equipas.
- **"Yes, and..."** aplica-se a coprodução com audiência.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: diferenciar experiências ao vivo.

Oportunidade: capitalizar momentos virais autênticos.

Risco: deslizos de compliance/brand safety.

Risco: mensagens desalinhadas.

Próximos passos

- Criar matriz de improviso (o que é permitido / o que é off-limits).
- Ensaios com cenários-surpresa.
- Protocolos de crise em 3 passos.

Métricas a observar

- Tempo de resposta a imprevistos;
- Sentimento social em ativações espontâneas;
- Erros críticos (nº/gravidade).

Reinventar o recorrente, desenhar o surpreendente

Joaquim Silva
Inês Mendes da Silva
Álvaro Covões
André Bernardo

O recorrente extraordinário

Desenhar upgrades progressivos ano após ano: serviço, inclusão, conforto e comunidade. Mapear momentos de fricção e criar promessas claras de valor que se cumprem em 100 por cento, mesmo quando o lineup muda.

“Um evento faz-se ao contrário: a primeira pergunta é, porquê um evento?”

Inês Mendes da Silva



Reinventar o recorrente, desenhar o surpreendente

Tese: A surpresa sustentável nasce de audácia com método: propósito claro, detalhe operacional e foco no “efeito wow coerente”.

Porquê agora:

A pressão de “fazer melhor todos os anos” pede método: curadoria, risco calculado e experiência total (da jornada de acesso às micro-inovações de inclusão). O painel explorou exigência do público, papel de patrocinadores e qualidade operacional.

Como ampliação podemos desenhar upgrades progressivos ano após ano: serviço, inclusão, conforto e comunidade.

Mapear momentos de fricção (painpoints) e criar promessas claras de valor que se cumprem em 100 por cento, mesmo quando o lineup muda.

Em resumo é eliminar fricções básicas, elevar o recorrente com melhorias visíveis e inclusivas, e medir em contínuo para provar valor e afinar a próxima edição.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- Cartaz atrai; experiência faz voltar: mobilidade, F&B, casas de banho, inclusão (ex.: zonas dedicadas).
- “Fazer o ordinário extraordinário” (ex.: entradas NFC/Wallet, múltiplos segmentos de lugar/experiência).
- Patrocinadores como designers de experiência, não apenas funding.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: design por segmentos (safe-standing, premium next-to-tunnel, famílias).

Oportunidade: micro-inovações inclusivas que geram lealdade.

Risco: experiência falhar apesar do cartaz e afetar a recompra.

Risco: complexidade multi-públicos sem operação à altura.

Próximos passos

- Blueprint da jornada (acesso-pico-saída) com SLAs e “higiénicos”.
- Kit inclusão (grávidas, mobilidade, neurodivergência) por tipologia de evento.
- Modelos rev-share com patrocinadores por NPS/uso.

Métricas a observar

- NPS por segmento;
- Tempo de entrada por porta/categoria;
- Recompra % (D+7/D+30).



Maria Kirillova

Cristian Hossu

Jens O. Mayer

Lars Terje Grorud

Shapping

tomorrow's

events

powered by BEIC

Colaboração acima de competição. A BEIC mostrou negócios em rede e tendências como hiper-personalização, 4D, haptics e IA. Comunicação humana e alerta para desintermediação marcam a próxima década.

Construir consórcios criativos com partilha de pipeline e P&L de projetos, normalizar ferramentas de produção imersiva e definir princípios de dados para personalização responsável. A criatividade cresce onde a rede reduz custos e acelera aprendizagem.

reinvent the event 2025

Painel



Maria Kirillova
Baltic Event Industry
Club

"A colaboração é mais forte do que a concorrência. No ano passado gerámos mais de cinco milhões de euros em conjunto; este ano já fechámos mais de dez grandes projetos."



Lars Terje
HQ Live

"Vira a lógica: começa pelas necessidades e pelos sonhos das pessoas e só depois explicas como a tua solução encaixa."



Cristian Hossu
MyConnector

"A IA não é travada pela complexidade; é travada por coisas confusas e carregadas de emoção. No fim, pela própria natureza humana."



Jens O. Mayer
Jack Morton Worldwide

"A tecnologia que muda o jogo aparece a toda a hora. As expectativas dos clientes mudaram com motores como o Unity e o Unreal. Temos de entregar experiências mais pessoais."

Shapping tomorrow's events

Tese: Colaboração > Competição:

redes de agências geram escala, confiança e negócio global.

Porquê agora:

AO BEIC opera hoje como prova viva de que colaboração gera negócio: 35 membros em 40 países, mais de 5 milhões de euros no ano passado e mais de 10 projetos conjuntos este ano, com a escolha de Lisboa para um encontro internacional em 2026 a validar a atratividade do destino e da comunidade local.

Ao mesmo tempo, as expectativas dos clientes subiram com o padrão das engines de gaming (Unity, Unreal) e a personalização em tempo real, enquanto tecnologias imersivas como 4D, haptics e ambientes LED passaram do protótipo ao uso prático e a descida de custos está a reconfigurar o ecossistema e a esbater fronteiras entre fornecedores e agências. A mensagem dos speakers converge: criatividade, colaboração e tecnologia têm de andar juntas, sob pena de a indústria ser canibalizada por novos modelos, e a IA só cria valor quando serve experiências humanas relevantes, não o contrário.

Aprendizados Institute for Tomorrow

- **Tenders partilhados** e execução cruzada geram milhões em negócio.
- **Multiplicar experts** por país aumenta atratividade do destino.
- **Lisboa** no mapa internacional do BEIC em 2026.

Oportunidades & Riscos:

Oportunidade: criar hub Portugal de colaboração internacional.

Oportunidade: “playbooks” exportáveis (sustentabilidade, dados, inclusão).

Risco: dependência de poucos players;

Risco: desalinhamento de standards.

Próximos passos

- Lançar Capítulo Colaborativo PT (agências + venues + tech).
- Catálogo de casos replicáveis Portugal→ mundo.
- Indicador de coopetição (projetos/€ gerados em rede).

Métricas a observar

- Volume de negócio conjunto;
- Lead-to-win em tenders globais;
- Satisfação multi-agência.

REINVENT the event 2025

Pela lente do Institute for Tomorrow.

O REINVENT 2025 mostrou que maturidade operacional e originalidade criativa deixaram de ser opostos. A tese “simular antes de produzir” é um divisor de águas: gémeos digitais, prototipagem rápida e analytics pré-evento permitem decidir com dados o que antes era instinto, desde o desenho de fluxos à calibragem de conteúdos por segmento.



O dia em 8 frases:

Colja Dams

Não se pode fingir um evento; usa IA para eficiência e o presencial para verdade.

**No Feelings, No Story,
No Glory.**
Sem emoção e
narrativa, a experiência
é esquecível.

O futuro é imersivo.
AR/VR e gaming
funcionam quando
servem objetivos claros
e têm amplificação fora
da sala.

The Portugal Pitch.
Eventos são política
pública de
competitividade e
coesão; faltam dados
consistentes.

.Josh Stinton.

Portas gigantes abrem com micro-passos; coragem é treinável.

**Improviso como
criatividade.**
Improvisar resulta
quando há preparação,
limites e tempo
protegido para criar.

**Shaping Tomorrow's
Events (BEIC).**
Criatividade +
Colaboração +
Tecnologia como base
da próxima década.

**Reinventar o
recorrente.**
Propósito primeiro;
tornar o habitual
inesquecível, ano após
ano.

Olhar Institute for Tomorrow

Cinco verdades acionáveis

1. Sem **emoção** não há memória, sem história não há impacto. Desenha-se a jornada para provocar resposta emocional mensurável e fixar mensagem.
2. **Tecnologia** só vale se for invisível e gerar valor. Personalização em tempo real, 3D em tempo real, gémeos digitais e haptics ampliam experiência quando servem gente, não o gadget.
3. **Improvisar** dá resultado quando tudo o resto está preparado. Planeamento obsessivo cria margem para resolver imprevistos sem quebrar confiança.
4. **Colaboração** vence correção. Marcas e destinos que cocriam e respondem com relevância ganham atenção e negócio; “correto mas distante” perde ligação.
5. **Eventos** têm de deixar legado e dados. Medir para lá das dormidas: impacto social, inovação e participação cívica; fechar o gap de métricas no MICE.

Riscos a mitigar:

- **Tecnologia sem propósito** e “show-off” que distrai da mensagem.
- **Falta de dados MICE** para justificar investimento e otimização.
- **Experiência que falha nos “higiénicos”**. Entradas, filas, assistência e segurança arruinam o resto.
- **Comunicação correta, mas desconectada**. Responder com burocratas mata relação.

Oportunidades:

- **Agentic AI nos eventos**. Automação de tarefas com objetivo definido para personalizar conteúdos e ativar comércio em tempo real.
- **Experiências 4D e imersivas com ROI**. Usar LED, áudio, haptics e motores 3D quando contribuem para conversão ou aprendizagem, não como efeito especial.
- **Design para múltiplos perfis**. Safe-standing, zonas VIP de proximidade e fluxos “sem fricção” elevam satisfação sem diluir o jogo/espetáculo.
- **Portugal como palco distribuído**. Modelo multi-venue e pacto de legado para aumentar o impacto territorial dos congressos.

Sinais fortes do dia

- **Emoção primeiro**, produção depois. Neurociência explica como intensidade fixa memórias.
- **Criatividade guiada por dados** e 3D em tempo real. O bar dos jogos e streaming redefine a fasquia da experiência.
- **Improviso é agilidade** com lastro. Confiança do cliente é inegociável; tudo o resto admite adaptação.
- **Courage is contagious**. Modelos simples de motivação para equipas manterem a chama entre deadlines.
- **Reinventar o recorrente**. Formatos, fluxos e proximidade elevam a experiência sem trair a essência.

O **REINVENT 2025** confirmou o essencial: desbloqueamos o inesperado quando cruzamos emoção, propósito e tecnologia invisível. O próximo passo é simples e exigente. Prototipar, medir, iterar. E fazer acontecer com coragem. Porque a coragem contagia.



Ativações de marca



Workshops



Prémios the Eventeers

A iniciativa da Event Point visa distinguir os profissionais de eventos, fazendo um merecido reconhecimento dos seus talentos, para dentro e para fora da indústria.

Consulte os vencedores em:
Reinvent.pt/the-eventeers/



report by institute for tomorrow

VAMOS CONTINUAR A CONVERSA

Este relatório é um exemplo de como é possível aproveitar o que acontece num evento para gerar mais valor. Como foi comentado ao longo desta edição do Reinvent the event, o conhecimento só faz sentido quando circula, e quando serve para inspirar ação.

Através deste trabalho conseguimos prolongar o impacto das conversas, transformar ideias em pistas úteis e garantir que nada fica condicionado no tempo ou no espaço. O nosso foco está nos temas que estão a desenhar os assuntos do amanhã quer sejam tecnologia, cultura, criatividade, sustentabilidade ou comportamento humano.



Por isso, partilhe, comente, discorde, mas não deixe este relatório esquecido no ruído do dia-a-dia.

Também levamos esta conversa para dentro das organizações. Trabalhamos com equipas, marcas e parceiros para identificar sinais de mudança, transformá-los em estratégia onde ligamos pessoas em torno de objetivos comuns.

Gostamos de estar onde acontecem as boas conversas e onde somos constantemente questionados.

Estamos por aqui:
lais@iftomorrow.institute
joao@iftomorrow.institute

Reinvent the event 2026

ATÉ AO PRÓXIMO REINVENT

O futuro dos eventos continua a ser reinventado: conversa a conversa, ideia a ideia. O Reinvent the event regressa a 30 de novembro de 2026 para continuar a desafiar o setor a ir mais longe.

Visite reinventtheevent.pt e acompanhe as atualizações.

reinvent

the event

Apoios oficiais



Parceiros oficiais

