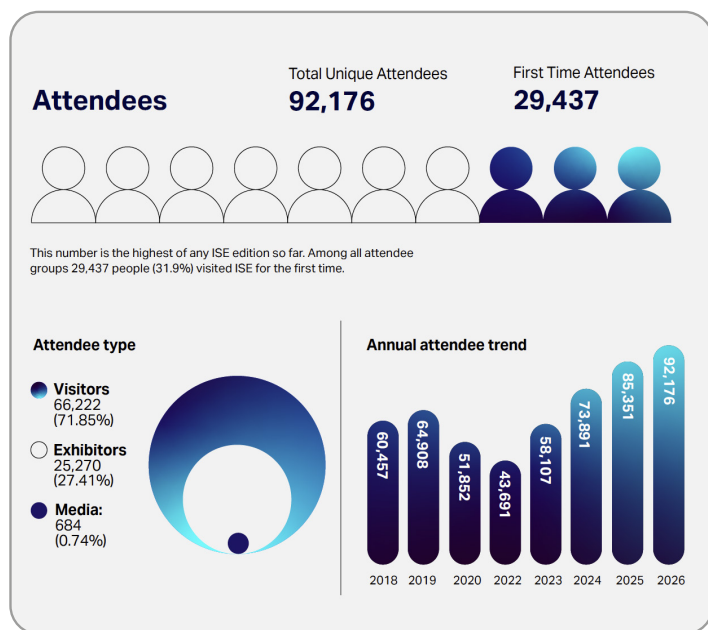


ISE 2026: RECORD DI PARTECIPANTI E QUALITÀ DELL'AUDIENCE

Con 92.200 partecipanti unici, 212.500 visite complessive e una crescita che attraversa tutti i quattro giorni di manifestazione, ISE 2026 conferma la propria centralità nel mondo AV. Tra i dati più interessanti del report Facts & Figures, realizzato dagli organizzatori della fiera, il profilo del pubblico: decisori, figure tecniche, buyer e professionisti con capacità di investimento.

iseurope.org



1

ANCORA RECORD: 92.200 PARTECIPANTI UNICI E UN TERZO È NUOVO

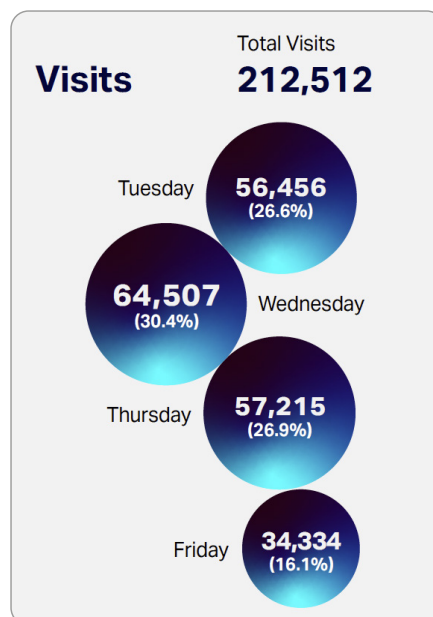
ISE 2026 si chiude con un dato che va oltre la semplice soglia numerica: 92.200 partecipanti unici, il valore più alto mai registrato dalla manifestazione. Di questo totale circa il 71,9% sono visitatori unici, il 27,4% personale degli espositori e lo 0,7% rappresentanti dei media. È il punto più avanzato di una crescita che, dopo la ripartenza post-pandemica, ha assunto un andamento costante: dai 43.700 partecipanti unici del 2022 si è arrivati progressivamente agli 85.400 del 2025 e al nuovo record del 2026. Ancora più significativo è il peso dei nuovi ingressi: 29.500 partecipanti unici, pari al 31,9% del totale, hanno visitato ISE per la prima volta. Quasi un partecipante su tre, dunque, rappresentava un nuovo contatto per la community della manifestazione.

A questi numeri si affianca anche la crescita del fronte espositivo: 1.751 aziende espositrici, di cui 323 nuove, e una superficie complessiva di 101.000 metri quadrati. Anche questo è un record.

2

UNA FIERA PIENA PER TUTTI E QUATTRO I GIORNI

Di grande valore anche la continuità della partecipazione durante i quattro giorni. ISE 2026 ha totalizzato 212.500 visite complessive, con una permanenza media di 2,3 giorni per partecipante. Martedì 56.500 visite, mercoledì 64.500, giovedì 57.200 e venerdì 34.300: ciascuna giornata ha segnato un record rispetto allo stesso giorno in qualsiasi precedente edizione di ISE. Le persone sono di più e restano di più in fiera.



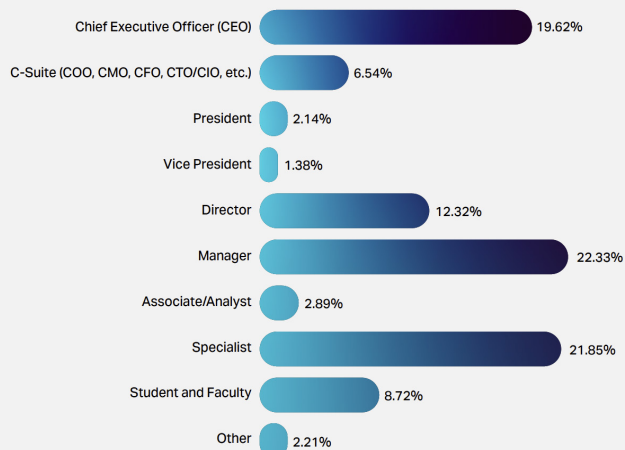
3

UN PUBBLICO CHE SCEGLIE, INFLUENZA E INVESTE

Un altro elemento significativo emerso dal report riguarda la qualità professionale dell'audience. ISE 2026 non ha attratto soltanto grandi numeri, ma una platea con un peso decisionale rilevante all'interno delle organizzazioni. I CEO rappresentano il 19,62% dei partecipanti, a cui si aggiungono altre figure apicali come il C-Level, pari al 6,54%, i President, pari al 2,14%, i Vice President, pari al 1,38%, e i Director, pari al 12,32%. Nel complesso, quindi, una quota molto consistente dell'audience appartiene a livelli di responsabilità elevata, con un ruolo diretto nella definizione delle strategie aziendali e degli investimenti.

Accanto a questo profilo manageriale, il report mostra anche una forte presenza di figure operative e tecniche: i Manager rappresentano il 22,33% dei partecipanti e gli Specialist il 21,85%. È un dato importante perché restituisce l'immagine di una fiera frequentata sia da chi prende decisioni sia da chi valuta concretamente soluzioni, tecnologie e applicazioni. ISE si conferma quindi come un punto d'incontro tra visione strategica, competenza tecnica e capacità di implementazione.

Attendees by job title



4

Purchasing Authority

2 out of 5

visitors reported that they make the final purchasing decision. A further 2 out of 5 either influence the decision or make recommendations.



Authorise (you are responsible for making the final decision)

40.60%

Recommend (you recommend specific products or technologies for the solution)

30.57%

Influence (you provide input into the decision, but not specific recommendations)

12.20%

Not sure / Don't know

16.63%

Nota metodologica

I numeri e le percentuali in questo articolo sono direttamente tratti dal report e poi arrotondati per semplicità di lettura.

POTERE D'ACQUISTO E DECISIONALE

La stessa lettura è rafforzata dai dati sul potere d'acquisto. Secondo il report, un visitatore su tre lavora in un'azienda con una spesa annua superiore a 1 milione di euro in tecnologie AV, escludendo chi non ha saputo indicare il livello di spesa della propria organizzazione. Più nel dettaglio, circa il 22% dei visitatori appartiene ad aziende con una spesa AV annua compresa tra 1 e 10 milioni di euro, circa il 5% tra 10 e 25 milioni, il 2,5% tra 25 e 50 milioni e quasi il 5% oltre i 50 milioni.

A questo si aggiunge il dato sulla capacità di incidere nei processi di acquisto: il 40,60% dei visitatori dichiara di essere responsabile della decisione finale, mentre il 30,57% raccomanda specifici prodotti o tecnologie e il 12,20% influenza la scelta fornendo input al processo decisionale. In altre parole, una parte molto ampia dei visitatori non si limita a osservare il mercato, ma partecipa concretamente alla definizione degli acquisti.

Questo rende ISE 2026 particolarmente rilevante per gli espositori: la fiera non è stata soltanto una manifestazione ad alta affluenza, ma un ambiente ad alta densità commerciale, in cui il contatto con il pubblico può tradursi in relazioni con interlocutori dotati di responsabilità, budget e capacità concreta di orientare gli investimenti.

5

RUOLI DECISIONALI, MA ANCHE DI PROGETTO E COMPETENZA TECNICA

Il report permette di leggere più da vicino il profilo dei visitatori unici, distinguendo tra canale AV ed end-user. Nel canale AV spiccano i visitatori che indicano come ruolo skill leadership, pari a circa il 47% di questa categoria. Seguono chi si occupa di sales/business development e di project management, in entrambi i casi con oltre il 31%. Il dato conferma la presenza di figure coinvolte nella guida delle aziende, nello sviluppo commerciale e nella gestione concreta dei progetti.

Tra gli end-user, la voce più alta è ancora quella di chi dichiara un ruolo di leadership, pari a oltre il 39%. Subito dopo, però, emergono competenze molto operative: project management (30,23%), audio (27,77%), technology management (23,81%), video (22,90%). Questo suggerisce che molti utenti finali presenti a ISE non partecipano solo come buyer o decisori generici, ma come figure coinvolte anche nella valutazione tecnica, nella gestione e nell'implementazione delle soluzioni.

Sectors Served by Channel Visitors

Sector	% of Channel Visitors
Auditoriums / Theatres / Entertainment venues	42.84%
Corporate offices / Collaboration spaces	37.63%
Retail sales floor / Kiosks	31.31%
Stadiums or sports arenas	31.62%
Audio / video production rooms for broadcast	29.63%
Classrooms or learning spaces	29.56%
Museums / Themed attractions	29.02%
Restaurants / Dining facilities	28.09%
Waiting areas / lobbies	22.43%
Control rooms for monitoring production, output, or security	21.39%
Guest rooms in hotels or similar facilities	17.87%
Houses of worship	17.39%
Train stations / Airports / Other travel hubs	16.10%
Individual homes	15.48%
Casinos / arcades	11.05%
Multi-household residences	10.45%
Cruise ships	9.01%
Examination or patient procedure rooms (medical)	8.15%
Superyachts	7.13%

6

SETTORI SERVITI: ENTERTAINMENT, CORPORATE, BROADCAST ED EDUCATION IN PRIMO PIANO

La lettura dei settori serviti offre un secondo livello di interpretazione. Per il canale AV, il primo ambito indicato è quello di auditorium, teatri e luoghi per l'intrattenimento, con il 42,84%, seguito da uffici corporate e spazi di collaborazione, con il 37,63%. Restano molto rilevanti anche spazi retail e stadi o arene sportive, ambienti di produzione audio-video per il broadcast, aule e ambienti per la formazione, musei e attrazioni tematiche e ristoranti e spazi per la ristorazione: tutti ambiti in cui le tecnologie AV sono centrali per costruire esperienza, comunicazione e relazione con il pubblico.

Tra gli end-user, il settore più indicato è ancora quello di auditorium, teatri e luoghi per l'intrattenimento, con il 35,13%. Seguono gli ambienti di produzione audio-video per il broadcast, al 28,59%, le aule e gli spazi per la formazione, al 25,86%, e gli uffici corporate e spazi di collaborazione, al 23,29%. Il dato conferma il peso degli ambienti in cui l'AV viene utilizzato per produrre contenuti, formare, collaborare e gestire esperienze dal vivo.

7

Sectors Served by End-User Visitors

Sector	% of End-User Visitors
Auditoriums / Theatres / Entertainment venues	35.13%
Audio / video production rooms for broadcast	28.59%
Classrooms or learning spaces	25.86%
Corporate offices / Collaboration spaces	23.29%
Stadiums or sports arenas	13.85%
Control rooms for monitoring production, output, or security	13.49%
Retail sales floor / Kiosks	13.28%
Waiting areas / Lobbies	11.90%
Museums / Themed attractions	11.59%
Restaurants / Dining facilities	10.30%
Guest rooms in hotels or similar facilities	5.57%
Individual homes	5.48%
Houses of worship	5.31%
Train stations / Airports / Other travel hubs	4.71%
Multi-household residences	3.71%
Examination or patient procedure rooms (medical)	3.48%
Casinos / arcades	3.32%
Cruise ships	2.65%
Superyachts	1.76%

Technology	% of Channel Visitors	% of End-User Visitors
Audio		
Audio Systems & Acoustics	50.03%	45.91%
Audio Processing	34.05%	30.16%
Audio Guiding & Interpretation	17.77%	15.40%
Broadcast AV		
Image Processing	23.39%	23.48%
IP & Network Distribution	14.09%	14.14%
Media Distribution	11.51%	10.70%
Streaming Media	10.68%	11.49%
Content Creation & Management	10.21%	10.30%
VR / AR / Mixed Realities	8.81%	9.60%
Digital Signage & DooH		
Digital Signage	31.74%	22.89%
Interactive Display	31.12%	26.54%
Large-Scale Display	30.47%	26.08%
Digital Cinema	19.73%	22.30%
Lighting & Staging		
Lighting & Lighting Control	30.66%	31.30%
Show Control	7.47%	6.47%
Rigging & Staging	7.41%	7.52%

Technology	% of Channel Visitors	% of End-User Visitors
Multi-Technology		
Video Projection & Display	38.56%	39.47%
Projection Screens	29.82%	29.17%
Control Systems	14.26%	14.22%
Cabling, Connectors & Signal Management	12.56%	12.61%
Wireless Communication	10.12%	9.15%
Furniture, Racks, Cases & Mounts	9.62%	9.46%
Residential & Smart Building		
Home Cinema	17.17%	14.62%
Smart Building	15.13%	11.61%
Paging and Evacuation Systems	13.38%	9.45%
Home Automation	12.16%	8.03%
Building Management	11.78%	9.26%
Security & Access Control	10.13%	8.39%
Energy Management	8.42%	6.88%
Power Conditioning & Management	8.32%	7.80%
HVAC Control	6.41%	4.09%
Unified Communications & Education Technology		
Presentation Systems	25.24%	23.68%
Unified Communications & Collaboration	13.50%	12.42%
Education Technology	8.25%	8.25%



INTERESSI TECNOLOGICI: AUDIO, DISPLAY E LIGHTING AL CENTRO DELLA DOMANDA

Il report dedica un approfondimento anche agli interessi tecnologici dichiarati dai visitatori unici, distinguendo ancora tra canale AV ed end-user. In entrambi i gruppi, l'area più forte è quella dell'audio systems & acoustics, indicata dal 50% circa dei visitatori del canale AV e dal 46% circa degli end-user. È un dato che conferma il ruolo ancora centrale dell'audio nei progetti AV, trasversale sia alla filiera professionale sia agli utilizzatori finali. Molto rilevante anche l'area video projection & display, che interessa circa il 39% del canale AV e degli end-user, seguita da lighting & lighting control, circa il 31% per entrambe le categorie. Accanto a queste tecnologie, restano forti anche le soluzioni legate a digital signage, interactive display e large-scale display, soprattutto per il canale AV, dove superano tutte il 30%. ■

OLTRE UN QUINTO DEI PARTECIPANTI ARRIVA DA FUORI EUROPA

Di rilievo anche la dimensione internazionale. ISE 2026 ha richiamato partecipanti da 181 Paesi. L'Europa resta naturalmente il bacino principale, con il 78,4% dei partecipanti, ma oltre un quinto del pubblico — il 21,6% — arriva da fuori Europa. L'Asia pesa per il 14,0%, il Nord America per il 4,5%, il Sud America per l'1,4%. Segue l'Africa con l'1,1% e l'America Latina con lo 0,6%. Nella classifica dei Paesi, dopo la Spagna, che guida con oltre 28.000 partecipanti, figurano Regno Unito, Germania e Cina, quest'ultima salita al quarto posto con oltre 5.000 partecipanti, davanti a Francia e Italia. Il messaggio che danno i numeri è chiaro: ISE parla a un mercato sempre più globale.



Scarica il report completo sul sito di ISE

