

PROGETTARE E GESTIRE UN EVENTO

Sabato 21 marzo 2015

A cura dell'Ufficio Comunicazioni sociali



Progettare e gestire un evento culturale





L'evento culturale

- **Evento** avvenimento memorabile, compimento di un'azione, attuazione di un'opera, e-venio (vengo fuori), sinonimo di manifestazione
- **Culturale** concerne la cultura, il complesso delle conoscenze intellettuali mediante le quali una persona o una società perviene alla formazione della propria personalità



L'evento: alcuni elementi chiave

□ L'idea

- Es.: promuovere un'artista mediante un'esposizione, conferenza, presentazione di volume, o tutto questo insieme
- Es.: Monumento da valorizzare mediante la realizzazione di una guida o una pubblicazione o l'allestimento di uno spazio con testimonianze della storia o un percorso di visita...
- Promozione di un musical, una sagra...
- Dato un contenuto occorre sviluppare l'evento



L'evento: alcuni elementi chiave

- **Gli obiettivi:** qual è la finalità dell'evento?
 - definire la *mission*
 - finalità socio culturali
 - intenti celebrativi
 - promozione turistica
 - sensibilizzazione su un tema
 - raccolte di solidarietà





L'evento: alcuni elementi chiave

□ **Il pubblico**

- Definire il target (potenziali fruitori)
- Target indistinto
- Target definito
- Adeguamento organizzativo dell'evento



L'evento: alcuni elementi chiave

□ **Lo spazio**

- Location: caratterizza l'identità dell'evento
- Valenza simbolica del luogo
- Vincoli organizzativi (dotazione, permessi...)
- Esigenze del pubblico
- Numero dei partecipanti
- Tendenza a scegliere location «confuse» nel tessuto urbano



L'evento: alcuni elementi chiave

□ **Il tempo**

- Durata dell'evento (giornaliero o più giorni)
- Tempo meteorologico (previsioni e fattibilità stagionale)
- Tempo organizzativo: coinvolgimento di artisti, selezione di opere, redazione di testi, disponibilità della location
- Tempo della comunicazione



L'evento: alcuni elementi chiave

□ **L'offerta**

- Sistema di offerta che ruota intorno all'evento
- Attività centrale e attività collaterali (percorsi diversificati, pre evento, post evento, guardaroba, bookshop, caffetteria, prenotazioni on line, parcheggio, baby sitting...)



L'evento: alcuni elementi chiave

□ **Il budget**

- Risorse finanziarie
- Attuale difficoltà di reperimento fondi
- Mercificazione della cultura
- Giusta valorizzazione di un evento per chi lo fruisce
- Compensi, vitto e alloggio, sale, materiali, strumentazione, pubblicità, buffet...)



Eventi pubblici più ricorrenti

- **Il congresso** (pubblico specifico)
- **Il Convegno** (per pubblico ristretto o interesse pubblico)
- **La tavola rotonda** (interazione tra più esponenti)
- **Il seminario** (formazione professionale o scientifica)
- **Mostre, concerti, spettacoli, sagre...**





Comunicare un evento: il testo scritto

- **La lettera o brochure** (attacco stimolante, sinteticità e completezza, chiarezza contenutistica e grafica...)
- **Email** (grande quantità di messaggi, chiarezza del mittente e dell'oggetto, cura del testo, brevità senza scrolling, paragrafi brevi, elenchi numerati, possibilità di link, pochi formalismi, firma e informazioni)
- **Pubblicazione** sul sito
- Evento e/o pagina su **social**





Comunicare un evento: il comunicato

- **Struttura del testo** (accuratezza, brevità, chiarezza)
- **Destinatari** (target di giornalisti mirati, capo redattore, mailing list)
- **Come e quando** (tenere conto dei tempi di stampa)





La conferenza stampa

- ❑ **Solo per eventi di grande rilievo**
- ❑ **Convocazione** (10,30-12,00 – referenti dell'evento)
- ❑ **Press kit** (documentazione inerente l'evento: comunicato, dati, materiali fotografici)
- ❑ **Invito** (due/tre giorni prima al caposervizio, via email, meglio una telefonata)
- ❑ **Luogo** (sede di chi promuove, luogo prestigioso, allestire locandine, manifesti, materiale vario)
- ❑ **Durata** (30/45 minuti, spazio a domande)



Publicizzazione e promozione

- ❑ Lettera invito
- ❑ Direct mail – newsletter – spazio web - banner
- ❑ Immagine coordinata
- ❑ Depliant descrittivo o brochure
- ❑ Creazione e affissione manifesti/locandine/murali/totem
- ❑ Spot audio video
- ❑ Gadgets
- ❑ Articoli e recensioni
- ❑ Comunicato stampa
- ❑ Documentazione post evento



Studio di caso





La realizzazione e la valutazione

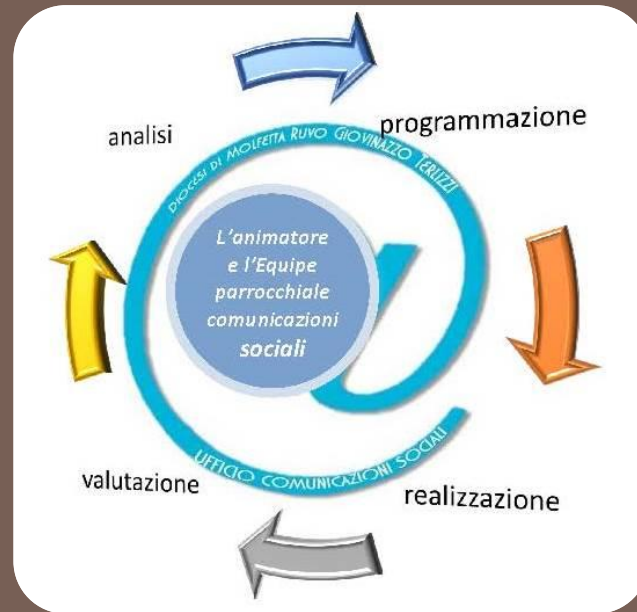
- ❑ **Monitoraggio dello svolgimento dell'evento**
- ❑ **Distribuzione dei compiti: chi fa cosa**
- ❑ **Osservazione e annotazione di dati significativi**
- ❑ **Raccogliere pareri**
- ❑ **Analizzare i dati raccolti e valutare l'evento**
- ❑ **Identificare correttivi per il futuro**
- ❑ **Bilancio complessivo**





Compito a casa!

- **Evento:** 49^a giornata mondiale delle comunicazioni sociali e del Luce e Vita, 17 maggio 2015
- **Tema:** Comunicare la famiglia: ambiente privilegiato dell'incontro nella gratuità dell'amore
- **Compito:** Progettare l'evento!
- **Prossimo incontro:** 18 aprile (?)



PROGETTARE E GESTIRE UN EVENTO

CF A. MILELLA, *TELE E...RAGNATELE. SUGGERIMENTI PER ORGANIZZARE EVENTI CULTURALI*, EP 2011

Sabato 21 marzo 2015

A cura dell'Ufficio Comunicazioni sociali