



Gli eventi complessi: attori, organizzazione e strategie di comunicazione

Gilda Antonelli
Università del Molise



Event management



- E' l'applicazione della pratica manageriale del project management per la creazione, l'organizzazione, la gestione e lo sviluppo di eventi complessi.
- Il valore generale e le ricadute sul territorio degli eventi pianificati acquista sempre maggiore attenzione ed importanza
- Gli eventi locali e regionali diventeranno sempre più importanti per le ricadute economiche, sociali e culturali che hanno



Perché organizzare? Il valore degli eventi



- ✓ Hanno ruolo comunicazionale importante
- ✓ Contribuiscono a formazione o rafforzamento dell'immagine ed al posizionamento competitivo della località
- ✓ Costituiscono l'occasione per risollevare territori in crisi e cambiare "volto" alle città
- ✓ Creano occasioni di marketing territoriale
- ✓ Creano occasioni di marketing e comunicazione aziendale
- ✓ Incrementano flussi turistici
- ✓ Aumentano sfruttamento delle infrastrutture



Perché organizzare? Il valore degli eventi



- ✓ Creano posti di lavoro
- ✓ Aumentano livello culturale
- ✓ Spingono nello sviluppo di arte e cultura
- ✓ Aumentano integrazione sociale
- ✓ Animano le città e i luoghi
- ✓ Combattono problemi sociali
- ✓ Promuovono educazione ambientale
- ✓ Creano coesione ed identità sociale
- ✓ Sostengono la crescita e lo sviluppo della comunità



I passi strategici nell'organizzazione di un evento di successo

- L'idea
- La creazione del partenariato
- La pianificazione dell'evento: il business plan
- La candidatura
- La valutazione dell'impatto dell'evento
- La gestione dell'evento
- La gestione post-evento



Gli attori principali dell'organizzazione di un evento

- Il comitato organizzatore
- I partner e gli sponsor istituzionali/pubblici
- I partner e gli sponsor privati
- Le associazioni ed i consorzi
- Gli attori “speciali” (Università, associazioni di categoria particolari,...)
- I “*fruitori*” dell’evento



Cosa rende un evento di successo

- La pianificazione strategica
- “Lobbyismo positivo” - Si rema tutti dalla stessa parte...convinti e in prima linea!
- L'organizzazione e le competenze per la gestione dell'evento
- La comunicazione dell'evento



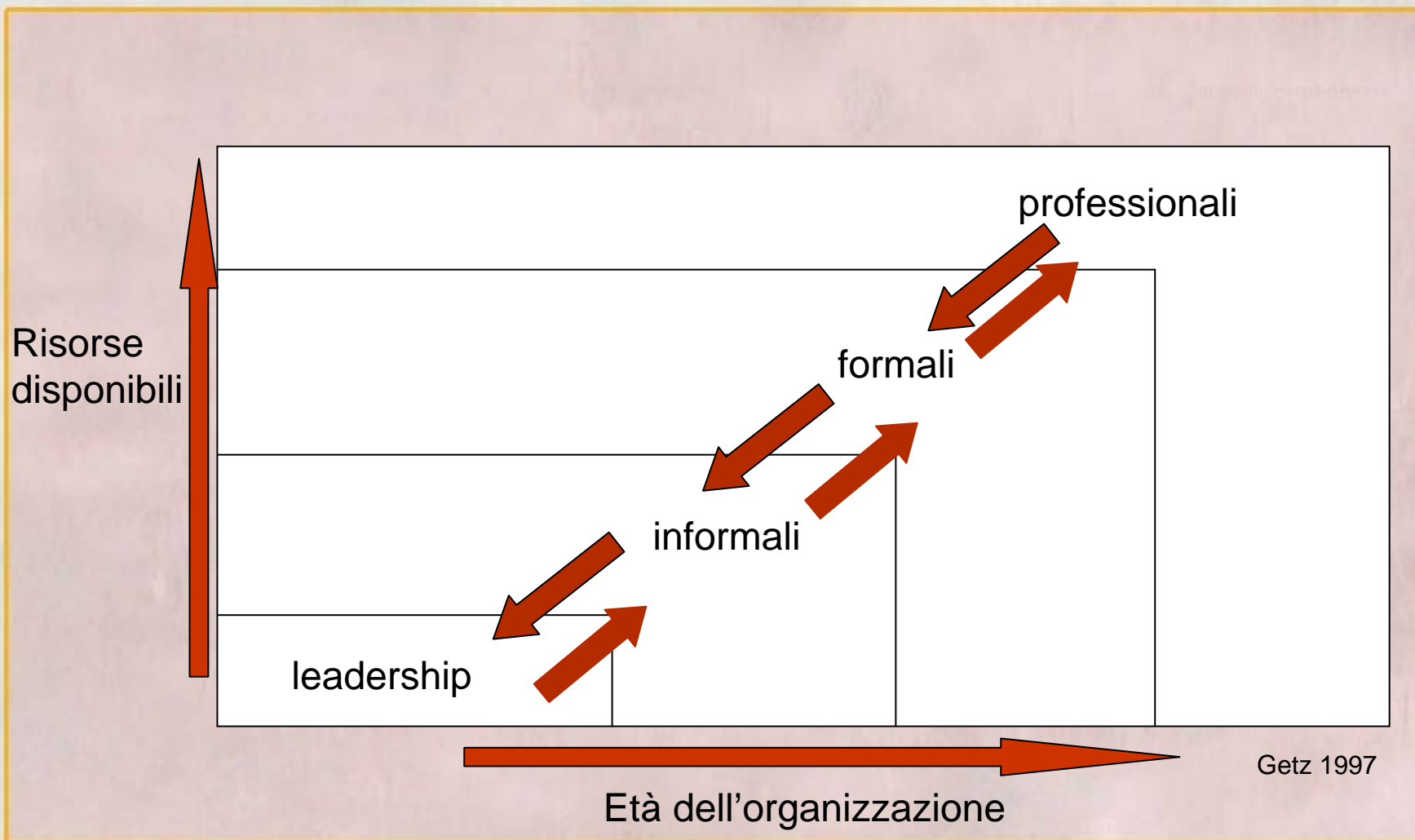
Organizzazione e competenze



- Più evento è complesso maggiori sono le competenze organizzative e gestionali richieste
- Non ci si improvvisa Event Organizer
- Competenze di event management diversificate
 - Organizzative
 - Economico-gestionali
 - Conoscenza del territorio
 - Specifiche sulla tipologia di evento (arte, sport, cultura, ecc.)
 - Comunicazionali
 - Sicurezza
 - Gestione ambientale
 - Architettoniche ed urbanistiche
 - Giuridiche
 - Socio-psicologiche
 -

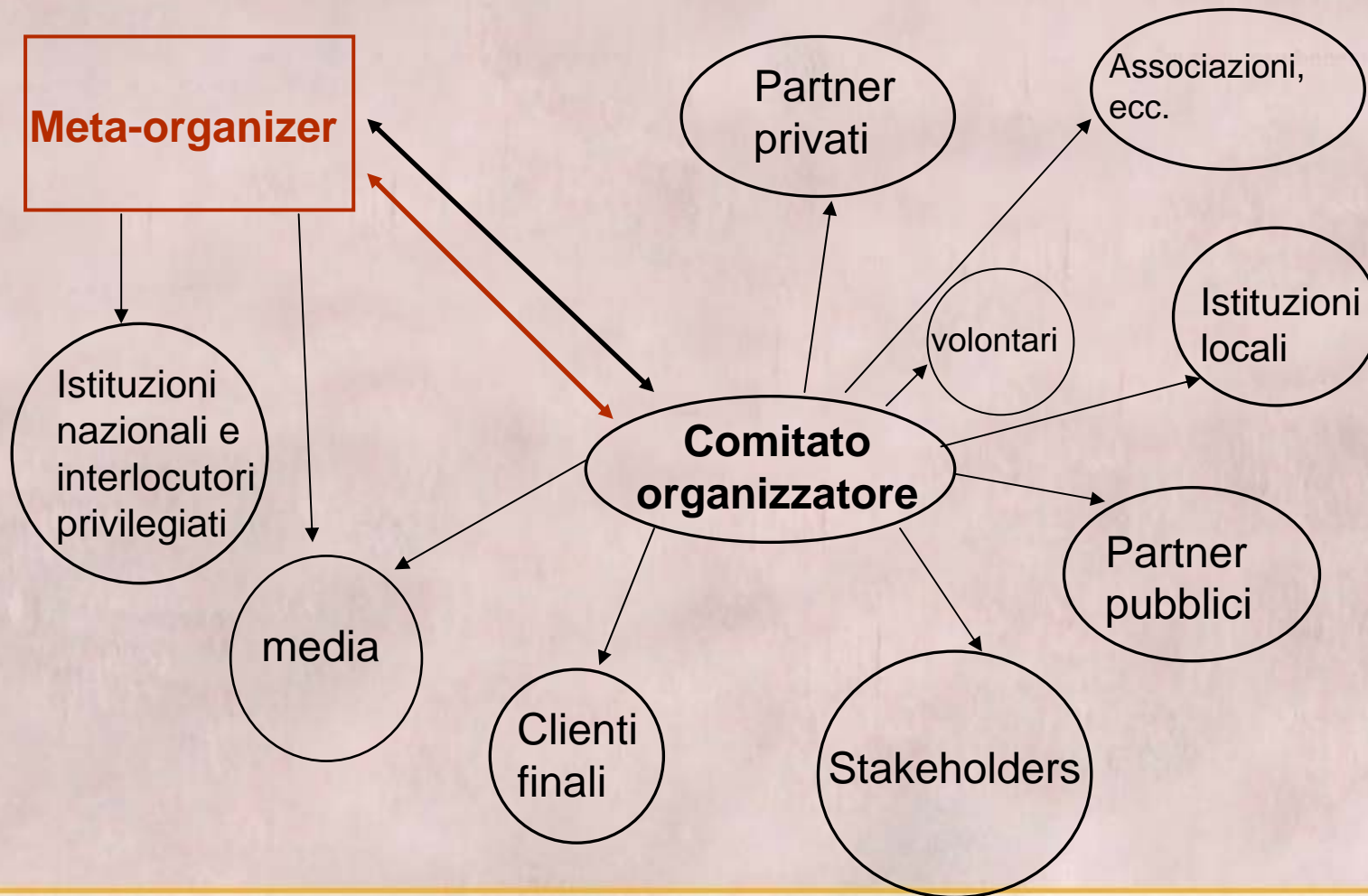


Ciclo di sviluppo di struttura organizzativa di eventi nel tempo



Getz 1997

..e se invece non aspettassimo il passare del tempo?





Comunicazione ed eventi



- Evitare il “...peccato! Non lo sapevo”...
- Comunicazione a diversi livelli
- Comunicazione su diversi canali
- Comunicazione in diversi stadi di avanzamento del progetto
- Gestione della comunicazione:
 - in outsourcing
 - all'interno del comitato organizzatore e/o in collaborazione con meta-organiser
- Comunicazione per creazione di immagine aziendale



Event marketing



- E' strumento di marketing strategico attraverso cui imprese ricercano vantaggio competitivo in termini di creazione di una immagine
- Rappresenta inserimento di sponsorizzazione in un insieme di attività di comunicazione integrata focalizzata su un evento
- Mezzo per creare relazione più stretta con pubblico
- Alta esposizione ai mezzi di comunicazione
- Comunicazione reciproca sponsor-comitato organizzatore evento
- Convenienza reciproca media-sponsor-evento
- Strumento duttile e versatile anche grazie a nuove tecnologie



...e allora?



...per ora....

1. Campionati universitari nazionali 2010
2. Candidatura a premio nazionale dell'innovazione PNI Cube 2009

ORGANIZZIAMOCI!

Grazie!

antonelli@unimol.it