

# ROTARY



## Organizzare un evento di successo



Distretto 2040  
Rotary International



## Indice

<i>Premessa</i> .....	1
<i>Eventi si - eventi no</i> .....	2
<i>I diversi tipi di evento</i> .....	3
<i>Come organizzare un evento</i> .....	5
1. Definizione del target .....	5
2. Scelta della sede .....	6
3. Inviti e invitati .....	7
4. Allestimenti .....	9
5. Catering .....	11
6. Regia dell'evento .....	13
<i>I ipotesi di soluzione a probabili problemi</i> .....	16
<i>Le sponsorizzazioni</i> .....	16
<i>Come comunicare un evento</i> .....	18
<i>Glossario</i> .....	19



## **Premessa**

Questa dispensa intende fornire contributi per la preparazione e la gestione di "Eventi" promossi dai Club. Il Rotary, Associazione di servizio con i suoi Club attivamente inseriti nella dimensione sociale della loro comunità di appartenenza, si trova spesso (o procura di trovarsi) coinvolto in eventi diversissimi per contenuto e modalità.

Un evento - ben organizzato - offre la possibilità di vivere un'esperienza unica che, nel ricordo, rimane legata a chi ne è stato promotore a patto che... si mettano in conto la sua reale complessità ed il suo costo. Elevati costi dipendono da diversi fattori riconducibili a: costi di base, quali l'affitto di una sede e relative strutture; costi organizzativi, quali l'impegno di persone - tecnici e professionisti - che, accanto ai volontari, mettano a disposizione la loro esperienza durante tutte le fasi dell'organizzazione; costi di catering, perché a qualsiasi ora del giorno si organizzi un evento è sempre educato offrire almeno un caffè!

L'aspetto di "intrattenimento", che spesso accompagna i nostri eventi (il piacere di incontrare gli altri, la possibilità di "mettere insieme" uno "spettacolo", ecc.), sono una tentazione alla quale non sempre sappiamo resistere.

Fatta questa doverosa premessa, è importante valutare come decidere di organizzare un evento.



## EVENTI SI - EVENTI NO



**Target** - Gli eventi sono un mezzo di comunicazione che consente di rivolgersi sia al target interno che a quello esterno e sono un'occasione di contatto diretto tra un'organizzazione e tutto il suo pubblico.

**Obiettivi** - L'evento che si intende promuovere deve essere caratterizzato da una motivazione forte, che funga da richiamo e, per quanto possibile, condivisa sia da chi l'organizza che da chi si pensa di invitare. Nel caso del Rotary buone motivazioni per organizzare un evento sono: una ricorrenza particolare, come un anniversario significativo di fondazione del Club, la presentazione dei risultati di un service, l'avvio di un nuovo progetto, la consegna di borse di studio, ecc.

**Risorse** - Talvolta, l'evento può essere tutto centrato sul "service" (l'avvio o la conclusione), ma - anche in questo caso - prima di iniziare ad addentrarci nell'organizzazione è opportuno valutare attentamente la necessità di creare realmente un evento: può bastare un messaggio scritto e personalizzato? Non è meglio "usare" la tradizionale conviviale eventualmente arricchita? Se la risposta è sì per l'evento, ricordiamo di iniziare subito la ricerca di eventuali partners quali altri Club, associazioni o aziende.

**Verifica** - Per verificare se sia davvero opportuno realizzare un evento possiamo iniziare rispondendo alle seguenti domande:

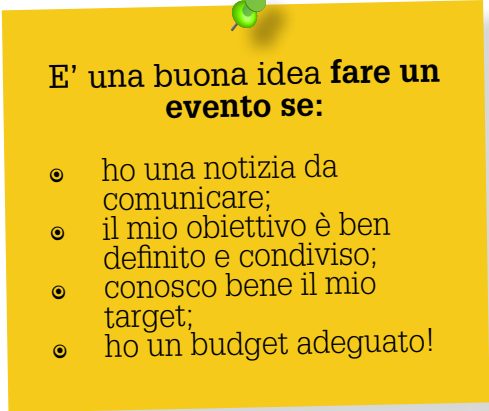
- quale informazione/notizia ho da condividere/comunicare?
- quale è l'obiettivo che intendiamo perseguire?
- quali sono i destinatari?
- quale budget abbiamo a disposizione?

**Task-force** - Se abbiamo dato risposta positiva alle domande, si può passare alla fase progettuale coinvolgendo una task-force adeguata di rotariani, che possono o meno fare già parte della Commissione Relazioni Pubbliche di Club, ma che debbono possedere almeno

alcune delle seguenti caratteristiche:

- metodo e capacità organizzativa;
- senso del team;
- versatilità di scrittura;
- capacità relazionale;
- creatività.

La task-force avrà il compito di individuare, ove necessario, consulenti professionali che possano affiancarsi nelle fasi più tecniche, fungendo da valido riparo contro rischi inutili!



**E' una buona idea fare un evento se:**

- ho una notizia da comunicare;
- il mio obiettivo è ben definito e condiviso;
- conosco bene il mio target;
- ho un budget adeguato!

## I DIVERSI TIPI DI EVENTO


Esistono vari tipi di evento, definibili in base ai differenti obiettivi che motivano l'organizzazione dell'evento stesso. Un evento, infatti, può mirare ad informare (come nel caso di una conferenza stampa), a divertire e intrattenere (come gli spettacoli o i concerti), a motivare il target interno (pensiamo alle riunioni e alle convention), a influenzare e conquistare il target esterno con eventi aperti al pubblico.

In funzione degli obiettivi che vogliamo ottenere, possiamo distinguere gli eventi in:

- **relazionali**, quelli che si "relazionano" al target, gli ospiti, attraverso una modalità di tipo sociale tradizionale (una cena, uno spettacolo, una inaugurazione, ecc.);
- **comunicazionali**, di stampo più informativo quale la comunicazione di dati precisi riguardanti un'impresa o un'associazione, una particolare attività o un progetto. Questi eventi privilegiano l'opportunità di comunicare una notizia utile anche per il pubblico esterno (istituzioni, opinion leader e mass media).

Una volta definito il tipo di evento che intendiamo realizzare e compreso che uno spettacolo non sempre è funzionale a trasmettere un'informazione precisa, possiamo iniziare a delineare nel dettaglio le fasi della realizzazione con una pianificazione puntuale.

Il suggerimento pratico per non commettere errori od omissioni è quello di predisporre un elenco di tutte le componenti con l'indicazione delle priorità e sequenze (check list).



**Evento relazionale:** si rivolge al target con modalità di tipo sociale e non è comunicabile ai media

**Evento comunicazionale:** si rivolge a un target sia diretto che allargato

# COME ORGANIZZARE UN EVENTO

Nell'organizzazione di un evento è necessario seguire dei passaggi precisi, che garantiranno il migliore risultato possibile e aiuteranno ad evitare una dispersione di energie e risorse. Sono passaggi molto pratici che è opportuno eseguire nell'ordine indicato di seguito.

## 1. Definizione del target

Il passo successivo alla definizione degli obiettivi è la scelta del target a cui ci vogliamo rivolgere.

Generalmente, i target dei Club rotariani comprendono:

- i soci;
- i soci potenziali (lavorate assieme al Responsabile dell'Effettivo);
- la dirigenza distrettuale;
- i media rotariani e non;
- la comunità locale;
- le istituzioni.

È fondamentale individuare con esattezza il target al quale intendiamo rivolgerci, perché ciò condiziona significativamente sia i messaggi (per esempio se invitate i giornalisti dovete usare un linguaggio informativo e poco enfatico) che la scelta della sede (dimensioni, raggiungibilità per i rappresentanti delle istituzioni, target tradizionalmente molto impegnato).

L'organizzazione di un evento interno non avrà certamente le stesse caratteristiche e complessità di un evento rivolto principalmente alle istituzioni, così come una conferenza stampa nella quale vogliamo coinvolgere i giornalisti non è l'evento più adatto per parlare in prima persona a potenziali soci (anche se, proprio con il buon esito di questa, possiamo raggiungerli indirettamente).

Gli eventi di carattere informativo possono rivolgersi oltre che ai giornalisti, ai soci potenziali o alle istituzioni, gli eventi che includono uno spettacolo coinvolgono generalmente un pubblico più ampio

ed esterno come la comunità locale, infine, gli eventi di carattere motivazionale sono sempre dedicati al pubblico interno, cioè ai rotariani.

## 2. Scelta della sede

La sede va selezionata in base al tipo di evento che intendiamo organizzare. Ci sono, a questo proposito, delle linee guida a cui è bene ispirarsi; infatti, la sede deve essere:

- facilmente raggiungibile (l'ideale è che possa essere raggiunta con i mezzi pubblici, altrimenti sarà necessario preoccuparsi di disporre di un parcheggio adeguato);
- ampia a sufficienza da contenere il numero di persone previsto e possibilmente modulabile rispetto alle esigenze dell'effettiva presenza (non è bella né una sala semivuota, né una sala "scomodamente" piena);
- dotata di servizi quali reception, guardaroba, accesso a internet, eventuale cucina d'appoggio per il catering (eviterete costi extra);
- dotata di attrezzature tecniche quali impianto audio - video, schermi, computer, videoproiettore, lavagna a fogli mobili (è importante poter contare anche sull'assistenza di un tecnico);
- facilmente allestibile in base alle vostre esigenze (possibilità di esporre locandine, striscioni, espositori, aree di eventuali sponsor, ...ecc.).

Eventi quali concerti o mostre richiedono sedi particolarmente complesse. Gli allestimenti in questi casi saranno articolati e le caratteristiche della sede devono consentire l'adattamento più idoneo.

E' importante effettuare per tempo un sopralluogo della sede, con la "check list" di tutte le necessità che deve soddisfare. Una visita di persona ci permetterà di valutare esattamente gli spazi, verificare le attrezzature tecniche e di servizio, calcolare la lontananza rispetto al centro città e ipotizzare i tempi di raggiungimento della sede all'orario



stabilito (in alcuni casi si può prevedere un trasporto espressamente organizzato per gli ospiti).

*Esempio n. 1: se intendiamo organizzare un evento di tipo istituzionale ci dovremo orientare verso una sede idonea, di alto profilo come, ad esempio, una sede storica. Invece, se si tratta di un evento rivolto ad un pubblico più giovane, come quelli organizzati dal Rotaract, la sede può anche essere un locale più coinvolgente, più adatto al target. Per pubblici specifici, come istituzioni o giornalisti, è necessario orientarsi sempre su una sede centrale e facile da raggiungere.*

Se organizziamo l'evento in associazione con uno o più Club, con un'impresa o un'istituzione e se questi hanno a disposizione una sede adeguata, va presa in considerazione l'ipotesi di utilizzarla. Questo avrà un effetto positivo sul budget dell'evento.

### **3. Inviti e invitati**

Anche la scelta degli invitati (che abbiamo chiamato "target") richiede una attenta preparazione a cominciare dalla compilazione della lista degli ospiti che vogliamo invitare (mailing list) con gli indirizzi corretti. Per le modalità di stesura della mailing list si rimanda al Pocket Rotary 2, pag. 4, *Come organizzare le relazioni media per il Rotary*, dove abbiamo descritto le regole di compilazione che possono essere utilizzate per qualsiasi tipologia di mailing.

Contemporaneamente dovremo procedere alla preparazione del "Save the date" (avviso anticipato per riservare la data nell'agenda dell'ospite che desideriamo invitare) e del cartoncino di invito. Per le indicazioni sulla redazione degli inviti si rimanda al Pocket Rotary 4, *Regole di scrittura per i materiali informativi e di presentazione*, pagg. 12-14, ricordandoci di controllare attentamente le prove di stampa.

È importante ricordare che l'invito deve arrivare con un certo anticipo sulla data dell'evento (almeno 10-15 giorni prima) e l'eventuale preavviso che abbiamo chiamato "Save the date", almeno un mese prima.

Se l'evento riveste carattere di solennità le date possono essere

ancora più anticipate.

L'invito deve contenere:

- il nominativo di chi formula l'invito;
- la motivazione (un titolo è più accattivante di una descrizione generica);
- il nome dell'invitato (prevedere in questo caso il tempo necessario per la compilazione manuale);
- la sede, l'indirizzo e la data (meglio aggiungere anche il giorno della settimana);
- l'indicazione "R.S.V.P.";
- l'eventuale piantina chiara e verificata.

Alcuni giorni dopo l'invio dell'invito, è opportuno procedere a una verifica telefonica ("recall") per controllare la ricezione, iniziare a raccogliere le presenze e compilare le liste di accredito che dovranno essere messe a disposizione della reception. La verifica telefonica è molto utile nel caso l'invito venga inviato solo per posta elettronica (questo è un modo informale oggi diffuso perché poco costoso, ma accettabile solo da target professionali o giovani).

Il "recall" è molto utile per monitorare le adesioni in tempo reale, ricordando che, mediamente, queste si attestano intorno all' 80% degli inviti rivolti al pubblico interno, ma intorno al 10% quando si parla di istituzioni o di giornalisti.

Le percentuali possono essere più elevate nei piccoli centri, ma possono, al contrario, diminuire sensibilmente nelle metropoli.

### **Check list inviti e invitati:**

- mailing list completa di dati;
- creatività inviti;
- prove di stampa;
- stampa;
- spedizioni/invio inviti;
- recall.

## 4. Allestimenti

**Una piantina** - Anche l'allestimento della sede dipende dalla tipologia di evento che andiamo ad organizzare. Esso richiede, prima di tutto, una progettazione accurata e il sopralluogo, come già detto. E' utile avere a disposizione una planimetria con le misure dei percorsi, servirà ad "anticipare" sulla carta quello che realmente potrà succedere, come - ad esempio - evitare strettoie o sensi di vuoto che possono essere riempiti con decorazioni floreali o con musica di sottofondo, se l'impianto audio lo consente.

**La "firma"** - La personalizzazione della sede è sempre molto importante perché esprime e comunica visivamente il messaggio che vogliamo trasmettere e aiuta a imprimere nella memoria degli invitati emozioni e sensazioni. Ricordiamo che l'uso del Marchio Rotary (l'emblema della ruota) è in questi casi sempre raccomandato.

Dedichiamo, quindi, grande cura alla disposizione dei simboli rotariani (emblema, bandiere e stendardi) rispettando le regole e il protocollo rotariano, ma anche come e dove appendere eventuali locandine o striscioni, come sistemare eventuali paline o pannelli indicatori. Teniamo conto anche che possano fare facilmente da sfondo a fotografie o eventuali riprese video.

**La reception** - Il ricevimento ospiti ci introduce già nell'evento. La reception sarà allestita con un semplice tavolo (se non c'è già un banco predefinito) coperto con un panno (generalmente di colore rosso scuro o blu), dove le hostess registreranno gli ospiti (ricordate di preparare le liste in più copie con l'elenco in ordine alfabetico di tutti gli invitati, segnalando - solitamente in grassetto - i nomi degli ospiti che hanno confermato la loro presenza). Istruite le hostess o i volontari a non mostrare sorpresa se il nome di un invitato non viene immediatamente individuato; potrebbe essere stato inserito - correttamente o per errore - sotto altro riferimento. In caso di più categorie di ospiti, si possono predisporre cartoncini (cavalierini) con le scritte: stampa, relatori, ospiti, sponsor, oppure semplicemente divisi in ordine alfabetico, ciò consentirà di suddividere le liste e sveltire le

**Allestimenti e sicurezza** - Per un allestimento corretto bisogna tener conto delle specificità del singolo caso. La sala, infatti, deve essere preparata in modo diverso per ogni occasione. Generalmente l'allestimento tipico di un seminario, di un convegno o una tavola rotonda prevede un tavolo relatori (con bicchieri, acqua minerale, blocco e penna per ogni speaker) con sedie o poltroncine disposte a platea per il pubblico. Se si tratta di una mostra, è importante delimitare un percorso con un inizio e una fine; se è un pranzo o una cena è rilevante la disposizione dei tavoli. Se l'evento è uno spettacolo, sarà importante il coinvolgimento di esperti. Fate in modo comunque che la parte spettacolare sia sempre riconducibile ad un preciso messaggio rotariano (ricordatevi che il Rotary non è un'agenzia artistica).

Gli allestimenti devono riguardare ogni particolare, a partire dai più semplici come il guardaroba (ricordatevi i numeri a doppia matrice) e l'addobbo floreale (deve arrivare all'ultimo momento per valorizzare la "freschezza" delle composizioni) fino a quelli più complessi come la disposizione dei posti a sedere nel caso di una cena di gala (usate i tabelloni all'ingresso, sono più pratici nel permettere cambiamenti fino all'ultimo momento). Ricordate che per i pranzi rotariani esiste un protocollo ben collaudato.

Assicuratevi che la sede sia coperta da assicurazione (si può sempre procedere a una eventuale integrazione). Accertatevi che, nel caso di spettacoli, i diritti SIAE siano stati regolati e ricordatevi che, se sono previsti ospiti importanti e oggetti di particolare valore, è indispensabile un servizio di sicurezza.



**Attrezzature tecniche** - E' importante valutare se sono necessarie attrezzature quali un impianto di amplificazione, un computer, un videoproiettore, uno schermo se sono previste presentazioni e/o dei video. Per quanto riguarda l'amplificazione ricordiamoci sempre di verificare se i relatori preferiscono i microfoni fissi o quelli a spilla e di prevedere uno o più radiomicrofoni a gelato per le eventuali domande da parte del pubblico.

Se è prevista la presenza di un ospite straniero bisogna verificare se

è necessaria la traduzione simultanea che prevede l'allestimento di cabine per l'interprete e di cuffie per gli spettatori. Una alternativa, che tuttavia rallenta un po' il ritmo dello speaker, è quella di usare un interprete consequenziale (tecnicamente chuchotage).

### **Check list allestimenti & co:**

- ◉ bandiere e materiale rotariano;
- ◉ allestimenti tecnici e creativi;
- ◉ impianti audio-video;
- ◉ guardaroba;
- ◉ sicurezza;
- ◉ hostess – steward, ecc.

## **5. Catering**

Nell'organizzazione dei nostri eventi capita quasi sempre che ci sia l'esigenza di prevedere un rinfresco per gli ospiti.

Possiamo distinguere il rinfresco in diverse categorie:

- welcome coffee (caffè "di benvenuto" accompagnato da piccola pasticceria prima dell'evento, per eventi che abbiano inizio al mattino);
- coffee break (caffè accompagnato da piccola pasticceria a metà dell'evento per una pausa di separazione tra due momenti distinti del programma, per esempio);
- cocktail di benvenuto (un aperitivo accompagnato da semplice "finger food", anche in questo caso prima dell'evento - generalmente nel tardo pomeriggio);
- cocktail rinforzato (aperitivo a conclusione dell'evento accompagnato da portate più sostanziose - generalmente dei primi piatti caldi - oltre ai semplici stuzzichini; è l'ideale dopo una conferenza stampa);

- cena a buffet (questo tipo di cena prevede un ricco buffet al quale le persone si servono autonomamente e possono mangiare in piedi oppure seduti a tavoli sparsi e senza assegnazione di posti); è ideale per contenere i costi e far incontrare le persone;
- cena placé (cena servita a tavola, dove i posti sono precedentemente assegnati); è l'ideale per sottolineare la formalità ma, a volte, sconta un po' di allungamento dei tempi.

Spesso le stesse sedi hanno a disposizione un catering interno o di fiducia. Questa è solitamente la soluzione migliore perché il personale è già abituato a lavorare in quel luogo e, quindi, con minor rischio di imprevisti o inconvenienti. Controllate in questo caso la qualità dell'offerta, magari facendovi invitare ad un evento organizzato da altri.

In ogni caso, sia che il catering sia interno o esterno, prendete sempre accordi ben definiti sul tipo di allestimento che utilizzeranno (tovaglie, piatti, posate, bicchieri, tavoli d'appoggio, ecc.), su quanti camerieri vengono impiegati (una buona cena placé deve avere non meno di n. 1 cameriere per due tavoli), se sono previste decorazioni floreali centrotavola, ecc.

Richiedete tutte le diverse opzioni di menù (ovviamente in base alla tipologia di rinfresco scelto) e la lista delle bevande in modo da avere un ampio ventaglio di proposte e scegliere ciò che è meglio per voi; concordate in anticipo il prezzo ed il numero di persone (per questo è importante un recall ben fatto) e, se possibile, comprendete la consumazione dopo cena nel prezzo iniziale per evitare sorprese.

### **Check list catering:**

- tipo di rinfresco;
- menù;
- bevande;
- servizio;
- addobbi floreali;
- allestimento area rinfresco.

## 6. Regia dell'evento

**Un "regista"** - Di fondamentale importanza è definire con esattezza la regia dell'evento, in modo che ogni singolo passaggio sia ben definito e tutto il team sia a conoscenza della successione delle azioni. Perché tutto proceda per il meglio è importante incaricare un responsabile dell'evento che assegni i compiti a tutte le persone coinvolte, le coordini nell'esecuzione e ne sia il referente finale.



**Validi assistenti** - Il responsabile dovrà redigere la scaletta dettagliata dell'evento, indicando per ogni singolo momento il referente, l'orario di inizio e la durata di ogni azione. Questa precisa divisione dei ruoli e dei compiti consentirà di gestire l'organizzazione e condurre l'evento con maggiore efficienza.

Ogni membro dello staff organizzativo deve avere una copia della scaletta di regia, completa dell'elenco dei nominativi e l'indicazione dei numeri di cellulare dei colleghi, così che tutti risultino facilmente reperibili in caso di necessità. Quando possibile distribuire anche i riferimenti di eventuali speaker.

**Speaker e prove** - Se sono coinvolti dei relatori esterni, bisognerà concordare preventivamente la tipologia di intervento che intendono svolgere, l'eventuale uso di proiezioni e di quali attrezzature tecniche necessitano. Se è prevista la proiezione di una presentazione, è buona norma cercare di ottenerla in anticipo in modo da poterla provare, specialmente se ci sono collegamenti a siti web, a video e a file audio.

In ogni caso, prima della "diretta" dell'evento è opportuno fare delle prove, per verificare che ognuno conosca bene il proprio ruolo e possa eventualmente familiarizzare con le apparecchiature tecniche previste, controllare di non avere tralasciato nessun particolare organizzativo e, nel caso in cui ci sia un orario da rispettare, cronometrare la durata dei vari momenti.

Occorre, infatti, definire anche le azioni che possono sembrare più

scontate e banali, come i rituali più consueti: chi apre l'evento con il tocco di campana? Chi "dirige" il saluto alle bandiere? Chi presenta l'evento? Chi dà le informazioni di servizio?

*Esempio n. 2: per l'organizzazione della cerimonia di consegna delle borse di studio che si svolge in un teatro dovrà considerare il percorso da seguire per le entrate e uscite di scena; se i borsisti saranno accompagnati sul palco; se oltre a ringraziare dovranno rispondere anche a delle domande (nel caso, chi le pone?). In caso di un presentatore esterno è necessario avere con lui anche una o più riunioni preparatorie in modo che possa fare proprio lo spirito e i valori rotariani.*

**Un brief tecnico** - Se è previsto di utilizzare del personale esterno come hostess, sicurezza, guardarobiere, è importante che queste persone siano ben informate sui loro compiti. Questo può avvenire nel corso di una breve riunione nella quale si spiega cosa accade e quale deve essere il ruolo di ciascuno. I Rotaractiani possono essere cooptati per questo tipo di funzioni, daranno un tocco di classe nello svolgimento dei loro compiti e un contributo positivo all'economia dei costi.



### **Check list regia:**

- ◉ scaletta dell'evento;
- ◉ elenco dei responsabili con indicato il ruolo e i riferimenti:
  - ❖ numero di cellulare;
  - ❖ numero di telefono dell'ufficio;
  - ❖ indirizzo e-mail.



Esempio n. 3 schema base di una scaletta di regia per la presentazione di un service

Ora	Cosa	Allestimento	Responsabile	Note
h. 11.00	Arrivo ospiti	Tavolo, liste accreditato, hostess	M. Bianchi per regia "esterna" al convegno	Dopo l'accredito gli ospiti si fanno accomodare in sala
h. 11.15	Inizio manifestazione, Presidente Club suona campana e fa discorso introduttivo	Campana sul tavolo relatori/ Cartellone titolo incontro	L. Verdi per regia "interna"	Ospiti seduti
h. 11.20	Presidente passa parola al primo relatore che introduce il video		L. Verdi	
h. 11.22	Proiezione video		G. Rossi per regia "video"	Buio in sala, pc e videoproiettore già allestiti
h. 11.30	Speech di commento		L. Verdi	Luce in sala
h. 11.35	Discorso 2° relatore		L. Verdi	
h. 11.45	Domande da parte del pubblico	Radio microfono	C. Neri per regia "sala"	Hostess porgono il microfono a chi fa domande
h. 11.55	Chiusura manifestazione. Presidente Club suona campana		L. Verdi	Ospiti si accomodano in sala cocktail
h. 12.00	Cocktail rinforzato		M. Bianchi	Allestimenti per il catering già predisposti

## IPOTESI DI SOLUZIONE A PROBABILI PROBLEMI

Siccome l'evento è una modalità di comunicazione "in diretta", gli imprevisti sono sempre dietro l'angolo. Per fare in modo che essi non rovinino la riuscita del nostro progetto è bene prevedere in anticipo quali potranno essere i problemi e ipotizzare quali soluzioni mettere in campo.

Alcuni semplici suggerimenti:

- ➔ se il nostro evento è all'aperto dobbiamo prevedere anche un'alternativa in caso di pioggia (una sala o una tensostruttura);
- ➔ prevedere un computer e una lampada di scorta per il proiettore;
- ➔ tenere disponibili prolunghe e prese elettriche di sostegno;
- ➔ portare l'elenco dei numeri utili (inclusi quelli dei fornitori, numeri di taxi, di emergenza, ecc.);
- ➔ assicurarsi la presenza di un tecnico durante la manifestazione;
- ➔ preparare le Q&A (risposte a domande "difficili") in caso di un dibattito;

...e, infine, un po' di fantasia alimentata nel corso di un brainstorming con la vostra task-force, aiuta a risolvere gli imprevisti e a... "fare squadra".

## LE SPONSORIZZAZIONI

Se produrre un evento risulta troppo impegnativo rispetto alle risorse a nostra disposizione, si può scegliere di sponsorizzarne uno, mettendo a disposizione un investimento e un impegno più ridotto. In questo caso, dobbiamo, però, avere delle accortezze in più, in quanto avremo un controllo limitato sull'organizzazione e sui contenuti. Dovremo quindi controllare:



- ➔ che il mondo valoriale, già definito, a cui ci accostiamo sia compatibile e aderente al nostro;
  - ➔ che il Marchio Rotary non sia accostato ad altri eventuali sponsor che potrebbero ledere l'immagine della nostra Associazione.
- Inoltre, dobbiamo considerare che questa modalità ci consente

una condivisione di costi, ma anche di immagine che risulterà meno comunicabile rispetto a un'azione da noi interamente concepita e realizzata.

Poiché il Rotary è una organizzazione molto ampia, il nostro suggerimento è quello di cercare sempre all'interno dell'associazione la possibilità di realizzare eventi attraverso Interclub, coinvolgendo il Rotaract e chiedendo suggerimenti agli A.G. o al Distretto (magari altri Club stanno pensando a qualcosa di simile!).

Alcuni passaggi che possono comunque facilitare la scelta dell'azienda o ente partner sono:

1. ideare una piattaforma ideale per l'attitudine del vostro Club di collaborazioni con aziende, enti, amministrazioni;
2. cercare e selezionare le eventuali opportunità sul vostro territorio;
3. fare un check delle azioni/interventi che il vostro Club ha sponsorizzato in passato per valutare la pertinenza e la qualità dei risultati perseguiti;
4. valutare l'effettiva coerenza della sponsorizzazione rispetto all'immagine del vostro Club;
5. definire chiaramente in cosa consiste la sponsorizzazione;
6. verificare la collocazione del logo all'interno di locandine, striscioni, manifesti, volantini, brochure, ecc.;
7. seguire le regole chiare e precise sull'utilizzo del logo Rotary (posizionamento, visibilità.);
8. ricordare che il logo (scritta) e il marchio (ruota) non possono essere associati a marchi o immagini potenzialmente lesive;
9. sforzarsi di ipotizzare il ritorno di immagine potenziale dell'azione di sponsorizzazione per il partner al quale chiedete un sostegno.

## COME COMUNICARE UN EVENTO

Perché un evento abbia successo deve avere un contenuto notiziabile, quindi può avere:

- contenuti spettacolari (ovvero uno spettacolo teatrale, cinematografico, un concerto, ecc.);
- contenuti di servizio (ovvero contenuti di azioni che sono utili per gli "altri" e per la collettività in generale).

La notiziabilità degli eventi dipende dal grado di interesse che la notizia o l'attività organizzata possono riscuotere presso un pubblico ampio. Ad esempio, un evento di tipo comunicazionale è notiziabile perché le informazioni trasmesse suscitano un alto livello di interesse non solo per il pubblico interno all'Associazione, ma anche per il territorio sul quale il Club o il Distretto insiste. In questo senso è utile ribadire che un contenuto solo spettacolare difficilmente contiene "news" appetibili per i media locali!

Nel caso di un evento relazionale, con contorno di spettacolo, questo potrà risultare di interesse per un pubblico interno di rotariani perché sufficiente a coinvolgere il loro interesse.

Se abbiamo deciso di comunicare il nostro evento dobbiamo attenerci alle indicazioni che abbiamo indicato ampiamente nel Pocket Rotary n. 2. Anche in questo caso dobbiamo valutare che tipo di target vogliamo raggiungere, se per esempio il nostro evento è aperto al pubblico e vogliamo che vi sia un'ampia partecipazione, invieremo per tempo un comunicato ai giornalisti di cronaca della nostra città o ai responsabili delle agende cittadine, in modo che lo inseriscano nella loro programmazione.

Ricordiamoci che coinvolgere la stampa ci permette di dare una maggiore visibilità alla nostra Associazione e di conseguenza sensibilizzare l'opinione pubblica sui nostri service.

## Pocket Rotary n. 5 - GLOSSARIO

Brief	Si definiscono le istruzioni operative e le informazioni che vengono fornite ad una o più persone affinché possano svolgere correttamente un compito che è loro assegnato.
Catering	Società che si occupa di preparare il rinfresco.
Check list	Lista accurata delle operazioni che un team o un singolo deve compiere nello svolgimento di una determinata operazione.
Location	Sede dove, appositamente allestita, si svolge un evento.





