

Le caratteristiche delle diverse fasi di pianificazione di un evento, dalla progettazione iniziale alla realizzazione, alla valutazione

Arianna Gasparini e Antonio Mistretta

Servizio Comunicazione Scientifica – Istituto Superiore di Sanità

Indice

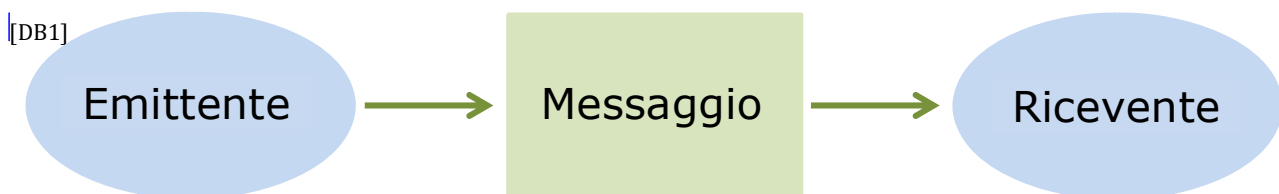
Introduzione	3
I stadio	4
Rilevazione dell'esigenza strategica di comunicare e individuazione degli	4
obiettivi	4
Definizione del budget	4
Individuazione della data	5
Determinazione dei tempi di realizzazione	5
Identificazione della sede	5
Ospitalità	7
Individuazione/definizione del servizio di catering/ristorazione.....	8
Logistica	9
Patrocini	9
II stadio.....	9
Individuazione dei tempi di svolgimento dell'evento.....	9
Individuazione dei relatori e programma	10
Moderatore	11
Predisposizione della lista degli invitati.....	11
Immagine coordinata	12
Inviti.....	12
Cerimoniale.....	13
Previsione di Servizio fotografico.....	13
Servizi di segreteria	13
Cartella convegnistica	Errore. Il segnalibro non è definito.
III stadio.....	14
Pubblicizzare l'evento	14



Valutazione	15
Bibliografia	16

Introduzione

L'Evento costituisce uno degli strumenti di comunicazione utilizzabili per trasmettere al pubblico di riferimento conoscenze e informazioni volte a generare uno scambio di valore finalizzato a promuovere un cambiamento. Come ogni ambito della comunicazione ne riflette gli assiomi fondamentali. Il processo comunicativo infatti è basato sulla reciprocità, se la comunicazione è inefficace, unidirezionale, non centrata sul target può determinare un ritorno negativo non solo sull'immagine dell'Istituzione ma anche sugli obiettivi posti. Quando si decide di ricorrere ad un evento bisogna tenere presente il flusso comunicativo incentrato su:



Il Contenuto, infatti, rappresenta lo scopo della comunicazione ma necessita della Relazione tra i soggetti affinché lo scambio sia efficace. Per definirlo è però necessario avere chiari gli obiettivi strategici. Solo dopo si potrà scegliere lo strumento più adatto a consentirne il raggiungimento.

Nel caso dell'organizzazione di un evento è dunque prioritaria la preventiva analisi degli obiettivi, in altre parole chiedersi perché si vuole comunicare, cosa si vuole comunicare e con quale strumento, tra i diversi disponibili, attuare la comunicazione. Non sempre infatti l'evento è la scelta migliore o l'unica. Chiariti questi aspetti e deciso che la soluzione per il raggiungimento degli obiettivi strategici è la realizzazione di un evento, si può passare alla fase di organizzazione e di pianificazione che per semplicità di consultazione divideremo in diversi stadi. Non verranno trattati gli aspetti inerenti le diverse tipologie di evento, l'individuazione delle risorse umane, la composizione dello staff e le Segreterie organizzativa e Scientifica, approfonditi negli altri obiettivi del Corso.

I stadio

Rilevazione dell'esigenza strategica di comunicare e individuazione degli obiettivi

La corretta e puntuale definizione degli obiettivi di comunicazione è uno degli aspetti più importanti. È necessario identificare con precisione se lo scopo della nostra azione è esclusivamente volto al trasferimento di conoscenze o anche all'orientamento e modifica dei comportamenti. L'obiettivo deve indicare chiaramente ciò che si vuole raggiungere attraverso le azioni previste.

Definizione del budget

La decisione e la conoscenza del budget disponibile è alla base della realizzazione di un evento. Il budget dev'essere definito con chiarezza in relazione all'importanza che l'evento stesso riveste per il raggiungimento degli obiettivi strategici dell'Ente/Istituzione. L'evento, infatti, potrebbe essere l'unico strumento di comunicazione individuato in tal senso o essere parte di un piano più ampio. Per definire il budget necessario all'organizzazione di un evento è opportuno prendere in considerazione ogni singola voce di spesa e prevedere anche eventuali imprevisti che potrebbero modificarlo. Il budget potrebbe anche essere sviluppato in modo modulare, prevedendo gli aspetti assolutamente imprescindibili, quelli rilevanti ma non indispensabili e quelli desiderabili. Ciò consentirebbe di fornire ai vertici dell'Ente/Istituzione elementi di valutazione su cui basare le proprie decisioni. Laddove, invece, il budget utilizzabile sia già stato indicato, la definizione di un preventivo di spesa permetterà di verificare in anticipo se sia sufficiente a coprire l'intero ammontare dei costi o se, in caso contrario, vada rimodulata la scelta organizzativa per renderla rispondente alle risorse o sia preferibile optare per uno strumento di comunicazione diverso da quello ipotizzato.

Individuazione della data

L'individuazione della data in cui dovrà svolgersi l'evento dovrà tenere conto di alcuni aspetti, alcuni interni relativi all'Ente/Istituzione organizzatore, altri esterni.

Gli aspetti interni riguardano la necessità che l'evento sia organizzato in uno specifico periodo per ragioni strategiche, di partecipazione di alte cariche dell'Ente, di autorità o di personalità di riguardo. Le considerazioni a carattere esterno riguardano la presenza di altri eventi/convegni/congressi organizzati da altri soggetti nello stesso periodo e la concomitanza di eventi istituzionalizzati che si svolgono sempre nella medesima data (festività locali e nazionali, giornate indette, ecc.)

La data di apertura, qualora l'evento non si svolga in un'unica giornata, deve essere stabilita anche in base alla sua durata complessiva.

Determinazione dei tempi di realizzazione

Stabilito il budget, decisa la data è opportuno predisporre un *diagramma di gantt* che consenta di tenere sotto controllo in modo grafico la pianificazione dell'organizzazione dell'evento. Il gantt conterrà nel dettaglio l'indicazione di tutte le attività e i tempi di realizzazione (timing) e potrà essere gestito in modo elettronico avvalendosi di software specifici o creandone uno personalizzato. Consente di schematizzare le azioni da porre in essere ex ante, in itinere ed ex post permettendo di fissare anche obiettivi intermedi e opportune verifiche.

Identificazione della sede

Conosciute le risorse economiche disponibili per l'organizzazione dell'evento, il passo successivo consiste nell'individuazione del luogo dell'incontro, la cosiddetta *location*. La scelta della location riveste particolare importanza perché non è neutra. Ciò significa che costituisce anch'essa un aspetto della comunicazione. Dovrà quindi essere individuata tenendo conto dell'immagine

che si vuole trasferire, dei messaggi oggetto dell'evento, delle esigenze degli organizzatori e del pubblico di riferimento, del numero dei partecipanti e invitati, e del budget. La sede deve essere di dimensioni adatte ad accogliere il pubblico target, deve essere facilmente raggiungibile, correttamente attrezzata (ad esempio, in possesso di avanzate dotazioni informatiche e multimediali, dotata di un auditorio per le sessioni plenarie, di sale satellite per eventuali riunioni a latere o per riunioni ristrette, di spazi per la segreteria organizzativa e per le strutture di comunicazione, di un'adeguata area per l'allestimento del desk di registrazione e di uno spazio per lo stoccaggio di eventuali gadget e materiali vari, di un'area per coffee break e lunch.

Una volta individuata la location ritenuta più adatta alle esigenze, è necessario recarsi sul posto per accertarsi che:

- gli spazi, le dotazioni e il supporto di personale dedicato (ove previsto) siano rispondenti alle esigenze e siano in regola con le normative vigenti
- nelle vicinanze dell'area congressuale siano presenti strutture alberghiere di livello adeguato e rispondenti alla tipologia di evento/target. È sempre preferibile verificare la disponibilità per la/le date individuate di strutture con costi e servizi diversi in modo da offrire maggiori possibilità di alloggio agli ospiti.
- la ventilazione dei locali sia adeguata al numero delle persone previste (condizionatori, riscaldamento)
- gli impianti acustico (amplificazione, microfoni e radiomicrofoni), di videoproiezione (schermo di adeguate dimensioni, videoproiettore, personal computer, collegamenti elettrici ecc.), di registrazione audio/video e di eventuale traduzione simultanea (cabina, postazioni interpreti, ecc.) siano adeguati alle esigenze. Qualora la sede individuata sia sprovvista di una o più dotazioni bisognerà verificare la possibilità di ricorrere a un service esterno che garantisca la dotazione necessaria alla riuscita dell'evento. In ambedue i casi è necessario assicurarsi che durante tutta la durata dell'evento sia a disposizione personale tecnico qualificato a risolvere eventuali emergenze.

È sempre desiderabile la presenza di una sala regia.

Ospitalità

Fissata la location è opportuno provvedere a verificare la disponibilità di strutture alberghiere idonee per vicinanza o livello qualitativo. Nel rispetto delle normative vigenti, che saranno indicate dalle strutture competenti per materia interne all'organizzazione, gli alberghi cui verranno indirizzate le richieste di preventivo per i dovuti raffronti, andranno selezionati con accuratezza. È buona norma individuare strutture con caratteristiche di vicinanza al luogo in cui si svolgerà l'evento o ai centri storici delle città, e selezionare almeno due fasce di prezzo, media e medio-alta, in modo di consentire la possibilità di scelta agli ospiti.

Quando si richiedono i preventivi di spesa è consigliabile chiedere informazioni di dettaglio che riguardino le diverse tipologie di stanza o di uso della stanza (ad esempio, matrimoniale o matrimoniale uso singolo) e i diversi servizi offerti. Ad esempio va sempre chiesto se le bevande e la colazione sono inclusi.

Inoltre è consigliabile:

- chiedere specificare in forma scritta le eventuali penali a carico dei rinunciatari e i tempi in cui si applicano (ad esempio per disdette entro i 10 giorni dall'evento o entro i 3 giorni dall'evento, ecc).

Una volta definita la/le strutture alberghiere per l'ospitalità è opportuno che risorse dedicate della segreteria organizzativa si occupino di:

- curare un data base per tenere sotto controllo il numero di camere disponibili, quelle assegnate e il nominativo delle persone che hanno prenotato, con le relative date
- prestare particolare attenzione alla sistemazione degli ospiti di riguardo e dei relatori
- assicurarsi che tutti coloro che hanno effettuato la prenotazione ricevano la lettera di conferma direttamente dalla struttura alberghiera

- fornire alla reception dell'albergo l'elenco dei partecipanti che hanno prenotato laddove la prenotazione non sia stata effettuata direttamente in albergo. In questo caso è necessario uno stretto scambio di informazioni tra le due strutture per avere la mappatura delle prenotazioni

Per quanto riguarda gli ospiti di riguardo e i relatori è possibile:

- prevedere un servizio di accoglienza all'arrivo e di accompagnamento alla partenza (all'aeroporto, alla stazione, ecc.)
- assicurarsi che siano accolti da personale dedicato (hostess/steward convegnistiche/ci o personale della segreteria organizzativa) al loro arrivo nella sede dell'evento e che siano accompagnati ai posti loro riservati.

Nel caso in cui l'evento si protragga per più giorni e i partecipanti abbiano degli accompagnatori non interessati a seguire i lavori, se le regole di riferimento dell'Ente/Istituzione organizzatore lo consentono, è possibile prevedere iniziative di intrattenimento prevedendo, ad esempio, visite culturali o guidate.

Individuazione/definizione del servizio di catering/ristorazione

Qualora la location non sia vincolata a servizi di catering di fiducia o non disponga di un servizio interno di ristorazione, sarà necessario selezionare il catering dell'evento. Come sempre, la scelta migliore, sulla base delle regole interne a ogni Ente organizzatore, prevede di chiedere più preventivi-offerta, al fine di operare i necessari confronti, a ditte di comprovata serietà e che offrano garanzie di disponibilità, qualità, economicità e professionalità. I servizi di ristorazione, indipendentemente che siano erogati dalla location stessa o da un servizio di catering selezionato, dovranno prevedere due coffee break e un pranzo per ogni giornata congressuale.

La tipologia dei prodotti offerti dovrà essere adeguatamente studiata al fine di garantire tutte le diverse esigenze derivanti da preferenze o dettati di natura culturale, religiosa o di salute (vegetariani, halal, celiaci, diabetici, intolleranti al lattosio, ecc). Analogamente i servizi di beverage dovranno essere selezionati tenendo conto anche di coloro che non consumano alcolici.

Logistica

Per gli spostamenti degli ospiti dai punti di arrivo e di partenza nonché, successivamente, dai relativi alloggi alla sede dell'evento, è consigliabile, laddove possibile, organizzare trasporti alternativi dedicati tramite "navette" che assicurino, a orari prestabiliti e debitamente segnalati, gli spostamenti fra gli alberghi e le sedi dell'evento o le iniziative a latere. Le navette dovranno essere di dimensioni adeguate al numero dei partecipanti e i loro orari di partenza/arrivo con i nominativi degli ospiti che ne usufruiranno, attentamente monitorati dallo staff unitamente ai riferimenti degli autisti.

Laddove l'evento si svolga nei centri storici delle città o in zone a traffico limitato è necessario verificare la necessità di chiedere specifici permessi ai Comuni.

Patrocini

In caso di eventi di rilevanza istituzionale è opportuno valutare l'opportunità di chiedere il patrocinio alle Istituzioni di riferimento.

Le richieste vanno inoltrate con largo anticipo agli uffici di competenza.

II stadio

Individuazione dei tempi di svolgimento dell'evento

Gli interventi dei relatori dovranno susseguirsi in modo funzionale al tema dell'evento. Nella pianificazione delle relazioni è necessario tenere conto dei tempi di svolgimento che andranno comunicati con largo anticipo ai relatori stessi al fine di consentirgli di predisporre i loro interventi. In linea di massima nella pianificazione dei tempi è usuale prevedere:

- relatori: 20-30 minuti per ogni intervento, più eventuali 15 minuti qualora sia prevista una sessione di domande e risposte
- panel: 10-15 minuti

- pause caffè: 30 minuti
- pausa pranzo: 1 ora

Laddove prevista la cena di gala o cene sociali associate all'evento è consigliabile considerare:

- cena: 20 minuti per portata, una cena ben organizzata dovrebbe concludersi al massimo entro due ore
- spettacolo/intrattenimento: se al termine della cena è prevista una forma di intrattenimento, l'intera serata, inclusa la cena, dovrebbe concludersi entro 3-4 ore.

Nella pianificazione dei tempi si deve tenere conto anche degli spostamenti da e per la sede dell'evento, da e per le sedi di eventuali attività a latere (cena di gala, mostre, visite guidate).

Se l'organizzazione dell'evento è stata ben disegnata nell'individuazione della sede, degli alberghi, delle attività sociali e di gala, ogni spostamento sarà comunque contenuto nell'arco di 20 minuti al massimo.

Individuazione dei relatori e programma

Dopo aver stabilito il tema definitivo dell'evento si può procedere alla individuazione dei relatori e al loro invito. La presenza di relatori di riconosciuta competenza sui contenuti dell'evento è fondamentale per la sua riuscita ed è indispensabile per la definizione del programma. La composizione del programma è funzione degli obiettivi strategici e di comunicazione indicati dal management ma le modalità di realizzazione possono variare molto sin base alla tipologia di evento prescelta e al coinvolgimento di altri soggetti Istituzionali, Gruppi Europei o Istituzioni europee o internazionali, casi che per la loro complessità necessitano di una trattazione separata.

Il coinvolgimento dei relatori si svolgerà con modalità e livelli di formalità diversi in base al tipo di intervento richiesto e al ruolo che il relatore occupa nella società (politico, accademico, istituzionale, ecc.).

In alcuni casi il primo approccio potrà essere informale e consistere in un colloquio telefonico con il relatore, o con la sua segreteria, per verificare la disponibilità della sua agenda per il giorno stabilito e l'interesse a partecipare. Successivamente si procederà all'invio formale della richiesta di partecipazione, di una scheda di presentazione dell'evento, del programma provvisorio, se già disponibile, o dei nominativi degli altri relatori invitati

È bene tenere presente che i relatori esterni vanno contattati per lo meno 6-8 mesi prima, soprattutto se si tratta di personalità di rilievo, e che è opportuno mantenere un contatto nei mesi successivi. Nelle settimane che precedono l'evento è consigliabile chiedere l'abstract del loro intervento e verificare l'eventuale necessità di particolari dotazioni tecniche.

Le spese di viaggio e di alloggio, se le regole vigenti nei differenti Enti organizzatori lo prevedono, possono essere a carico dell'organizzazione.

Moderatore

Svolge un ruolo di primo piano per la buona riuscita di un evento. Sarà lui, infatti, a presentare i temi che saranno oggetto di dibattito, a stimolare la discussione, a placare eventuali posizioni contrastanti, a garantire il rispetto dei tempi degli interventi dei singoli relatori e a effettuare la sintesi delle posizioni.

Predisposizione della lista degli invitati

Per la realizzazione di una lista di invitati coerente con la tipologia di evento vanno individuate prima le categorie-target e poi, al loro interno, i singoli referenti con potenziale interesse ad esporsi ai contenuti diffusi nelle diverse sezioni dell'evento. Le autorità politiche e istituzionali competenti (locali, regionali e nazionali), ove opportuno, si potranno/dovranno invitare unitamente ad altre personalità (sindaco, presidente di Regione, vertici di Forze dell'ordine, ecc.) anche se non direttamente interessate dal tema dell'evento.

Individuati gli invitati si procederà a stilare la *mailing list* avendo cura di tenerla sempre aggiornata sia relativamente ai contatti che al ruolo ricoperto da ogni soggetto. Dovranno essere verificati con le strutture di loro provenienza: il titolo accademico, il nome di battesimo e il cognome, l'incarico attuale, l'indirizzo mail, il recapito telefonico di contatto.

Dopo l'invio degli inviti e pochi giorni prima dell'evento è consigliabile eseguire il *recall* per verificare prima la ricezione dell'invito, poi la conferma di partecipazione.

Immagine coordinata

La creazione di un'immagine coordinata per l'evento serve a caratterizzarne l'identità. Oltre a essere coerente con il concept dell'evento deve avere una ottima forza comunicativa che consenta di percepire con immediatezza l'istituzione proponente.

La linea grafica sviluppata dovrà essere presente in tutti i materiali relativi all'evento, nella pubblicità, e nella personalizzazione della location. Quindi sarà declinata sugli inviti, sulle cartelline convegnistiche, sui pannelli per l'arredo delle sale, sul template delle slide e, naturalmente, sugli eventuali gadget.

Inviti

L'invito a un evento costituisce uno strumento di promozione e di comunicazione. Esso deve rappresentare il convegno nei suoi contenuti rendendo contestualmente note alcune informazioni essenziali sia all'iscrizione, sia alla partecipazione. Dovrà contenere l'indicazione dell'Ente/Istituzione organizzatore, il titolo e il concept dell'evento, la data, il luogo, l'invito a confermare la partecipazione e i numeri di contatto, la firma dell'invitante. L'invito potrà essere accompagnato, se già disponibile, da un programma preliminare contenente la lista degli interventi con i relativi relatori, eventuali sponsor e collaborazioni, recapiti della segreteria organizzativa e scientifica e dell'ufficio stampa. Dovrà contenere anche le informazioni utili ai partecipanti,

le cosiddette *useful information*: quote e modalità d'iscrizione, nominativo del responsabile/addetto all'organizzazione, recapiti di segreteria (telefoni, fax, e-mail), trasporti utilizzabili, itinerari per raggiungere l'albergo e la sede del convegno dall'uscita autostradale più vicina, dalla stazione ferroviaria e dall'aeroporto, la mappa della città per facilitare gli spostamenti e le attività extra convegnistiche, notizie su mostre e eventi culturali in programma nella settimana in cui si svolgerà l'evento, eventuali servizi offerti dall'organizzazione.

Cerimoniale

In caso di eventi in cui siano coinvolte autorità di rilievo bisogna attenersi al rispetto delle norme previste dal Cerimoniale e agire in stretto raccordo con gli addetti al cerimoniale delle Istituzioni di riferimento degli invitati. Le regole del Cerimoniale regolano, fra l'altro, l'accoglienza, le precedenze e le disposizioni dei posti degli ospiti.

Servizio fotografico

In alcuni casi oltre alle riprese audiovisive dell'evento e delle attività sociali di gala possono essere previsti servizi fotografici coordinati con l'immagine dell'evento al fine di fornire ai relatori e alle personalità presenti un ricordo del loro intervento.

Servizi di segreteria

La segreteria rappre hostess convegnistiche senta il centro di raccordo con le risorse deputate all'accoglienza e con i responsabili della location. Si occuperà direttamente o sovrintenderà alla tenuta degli elenchi, alla registrazione e alla predisposizione e consegna dei badge e del materiale convegnistico.

Usualmente, in eventi di grandi dimensioni è preferibile prevedere delle forme di pre-registrazione in occasione degli arrivi in hotel e/o dei light dinner di benvenuto. La segreteria si occuperà anche di consegnare i moduli di adesione

agli eventi sociali, di informare gli ospiti sulle iniziative loro dedicate e sulla logistica della location, della somministrazione e del ritiro del questionario di gradimento.

Cartella convegnistica

Tutte le informazioni utili ai partecipanti all'evento dovranno essere contenute all'interno della cartellina convegnistica personalizzata con l'immagine coordinata dell'evento. La cartellina dovrà contenere:

- programma
- scheda di presentazione del convegno
- abstract o versioni integrali delle relazioni
- *useful information*

La cartellina e i suoi contenuti dovranno essere predisposti in draft con alcune settimane di anticipo al fine di consentire le operazioni di approvazione/revisione fino all'OK si stampi.

Parallelamente alla cartellina convegnistica dovrà essere predisposta dalle strutture di comunicazione la cartella stampa dedicata ai giornalisti.

III stadio

Pubblicizzare l'evento

Sulla base della rilevanza locale/nazionale/internazionale dell'evento va parametrato il coinvolgimento mirato del sistema dei media.

È consigliabile invitare all'evento i Direttori e Capo redattori delle testate radiotelevisive e della carta stampata/on line e i redattori con i quali si abbia già un contatto. Nell'invito alla stampa è opportuno delineare i tratti salienti dell'evento in modo di stimolare la partecipazione.

È importante sottolineare gli argomenti di maggior interesse, la presenza di un relatore famoso, una ricorrenza importante o un'attività di servizio di interesse pubblico legata al tema dell'evento.

Valutazione

Consiste della produzione, distribuzione e raccolta di due tipi di schede di valutazione: l'una, destinata a organizzatori e relatori per conoscere il loro parere sulla preparazione e sull'organizzazione dell'evento e sulle eventuali criticità; l'altra, per i partecipanti, per raccogliere suggerimenti che potranno essere utilizzati dagli organizzatori dei prossimi eventi. L'elaborazione dei dati raccolti potrà essere realizzata a conclusione dell'evento stesso. Il riscontro dei partecipanti è importante per valutare il livello d'efficienza dell'organizzazione, il raggiungimento degli obiettivi prefissati e gli spazi di miglioramento possibili. I moduli di valutazione, ad esempio, consentono ai partecipanti di valutare:

- conoscenze e competenze acquisite nella materia dell'evento
- congruità delle presentazioni dei relatori e della documentazione
- beneficio tratto dalla partecipazione
- efficienza degli aspetti logistici e organizzativi.

I moduli dedicati ai relatori chiederanno loro di esprimersi su:

- preparazione dell'evento
- esaustività del tempo in relazione ad ogni argomento trattato
- percezione sulla penetrazione delle informazioni diffuse con i loro interventi
- gradimento degli aspetti logistici
- gradimento delle attività sociali
- efficienza dell'assistenza organizzativa.

Avere due punti di vista sullo stesso evento consente di ricevere un'indicazione attendibile sugli aspetti da rimodulare e da migliorare per gli eventi futuri e sui punti di forza da sistematizzare.

Quando un evento si conclude si apre una fase delicata e importante, quella dei bilanci.

Al termine di ogni evento è opportuno prevedere una fase di rilevazione e analisi delle informazioni raccolte per valutare le azioni organizzative intraprese nel confronto con gli impegni economici sostenuti.

Vanno condotte:

- verifica delle spese sostenute, previste e straordinarie, e dell'organizzazione in generale (valutazione dei moduli di verifica dei relatori e dei partecipanti)
- analisi interna delle criticità logistiche, organizzative e comunicative
- verifica degli obiettivi
- stesura e invio delle lettere di ringraziamento
- verifica delle effettive presenze rispetto alle iscrizioni
- verifica delle adesioni dei relatori in confronto agli inviti
- eventuale pubblicazione degli atti con coordinamento editoriale e grafico di tutti gli interventi dei partecipanti e loro conseguente stampa/pubblicazione on line
- raccolta dei materiali audiovisivi e delle registrazioni dell'evento
- archiviazione dei materiali prodotti, dei gadget campione, della cartella convegnistica e stampa

Le presenze registrate, il gradimento dei relatori e del pubblico, l'interesse dei media, la rispondenza agli obiettivi strategici e di comunicazione sono fattori che influenzano la buona riuscita di un evento, oltre, naturalmente, all'efficiente pianificazione di tutti gli aspetti organizzativi.

Bibliografia

- Wolf M. (2002) "Teorie delle comunicazioni di massa". Bompiani
- Diego Rinallo (2011), Event marketing, EGEA
- Pastore A, Vernuccio M. (2008) "Impresa e comunicazione. Principi e strumenti per il management", Seconda edizione, Apogeo.
- Scalini AF, Organizzare un evento: il manuale del convegno. AGESCI Sicilia – Centro Studi e Documentazione, 2007, Gravina di Catania.



- Marozzi L et al, Manuale per l'organizzazione di eventi. Guida pratica ad uso del personale dell'Ateneo, Università degli Studi di Perugia, Perugia, 2004.
- Marincioni V, Iorio G, Viscusi E. Comunicare: dal progetto agli strumenti. Manuale pratico per l'ideazione e la realizzazione delle attività di comunicazione, Ministero del lavoro e delle politiche sociali - Dipartimento per le politiche del lavoro e dell'occupazione e tutela dei lavoratori - Ufficio Centrale Orientamento e Formazione Professionale dei Lavoratori Divisione 1^a, Grafiche Sabbioni, Città di Castello - Perugia, 2002.