

1

# Staging dell'evento

## ECONOMIA E ORGANIZZAZIONE DEGLI EVENTI. LEZIONE 10

# Agenda

2

- Realizzazione dell'evento (staging):
  - ▣ Scelta del sito
  - ▣ Sviluppo del tema e degli allestimenti
  - ▣ I servizi
  - ▣ L'ospitalità

# La messa in opera dell'evento

3

- Lo **staging** dell'evento riguarda **tutti gli aspetti dell'evento che rendono possibile la performance** (l'intrattenimento, la gara sportiva, la parata, la cerimonia, ecc.):
  - La **scelta del sito**
  - Lo **sviluppo del tema** dell'evento
    - Intrattenimento
    - Decorazioni e layout
    - Luci ed effetti speciali
    - Suoni e visual
    - Palco o il campo da gioco
  - I **servizi**
  - I **contractors esterni**
  - Il **catering**
  - L'**impatto sull'ambiente**

# Staging e scelta del **sito**

# La scelta del sito

5

- Come abbiamo già detto, la scelta del sito deve tener conto delle esigenze di tutti gli stakeholders, tra cui:
  - ▣ Servizi d'emergenza
  - ▣ Staff del catering
  - ▣ Intrattenitori
  - ▣ Partecipanti
  - ▣ Clienti
- E' anche importante scegliere un sito che sia coerente con gli obiettivi dell'evento

# Check-list per la scelta del sito

Check-list

6

- Le considerazioni più importanti da fare quando si sceglie un sito sono:
  - ▣ **Dimensioni dell'evento** (stima del pubblico partecipante)
  - ▣ **Struttura (layout) del sito** la sua idoneità all'evento
  - ▣ **Il palcoscenico, il campo di gara, o l'area dedicata alla performance**
  - ▣ **Trasporti e parcheggi**
  - ▣ **Prossimità di alberghi e attrazioni**
  - ▣ **Fornitura** di beni e servizi (es. catering)
  - ▣ **Supporto tecnico**
  - ▣ **Management del sito** (affidabilità, professionalità, ecc.)
  - ▣ ... e il **costo!!!**

## Ispezionare il sito

7

- Quando si ispeziona il sito dell'evento occorre verificarne tutti i limiti, ad esempio:
  - ▣ Compatibilità con il tema dell'evento
  - ▣ Comfort dell'audience
  - ▣ Visibilità dell'audience (linea di visione)
  - ▣ Area dedicata al magazzino
  - ▣ Entrate ed uscite
  - ▣ Area del palco (se interessa)
  - ▣ Equipaggiamenti
  - ▣ Coperture (in caso di brutto tempo)
  - ▣ Sicurezza
  - ▣ Accesso per i veicoli d'emergenza
  - ▣ Evacuation routes, uscite di emergenza

# Sito dell'evento e stakeholders

8

- Gli **stakeholders principali** da tener presenti nella scelta del sito sono:
  - I **performer**
  - L'**audience**, il pubblico
  - Gli **organizzatori**
- I **Performer** hanno delle necessità che sono determinanti per il successo della “performance” (es. distanza dall'audience, volume dell'audio, ecc.)
- L'**Audience** ha bisogno di capire cosa succede (dall'inizio alla fine): quindi luci e suoni, l'accesso e il comfort dei posti contribuiscono alla soddisfazione complessiva. Catering e facilities sono generalmente necessità secondarie
- **Per gli Organizzatori** l'evento deve aiutare a minimizzare i rischi, incluso il brutto tempo e gli incidenti, e a gestire le emergenze

# Sito ed esigenze di scena

9

- Per scegliere il sito più adatto ad un evento che prevede un allestimento di scena, bisogna sapere di che tipo di materiale scenico (**props**) si ha bisogno e quale equipaggiamento serve per installarlo
- Potremmo avere necessità di
  - ▣ fondali di scena
  - ▣ Strutture che dovranno sostenere del peso (es. scale)
  - ▣ Strutture a se stanti (es. colonne)
  - ▣ Scenografie particolari
  - ▣ Ecc.

# Sviluppare **il tema** dell'evento

# Sviluppare il tema dell'evento

11

- Il **tema dell'evento** deve essere **supportato in ogni aspetto**, incluso decorazioni, luci, suoni ed effetti speciali. In alcuni casi si può chiedere anche ai partecipanti di vestirsi in modo particolare in coerenza con il tema
- Questi gli aspetti più importanti da considerare:
  - ▣ Intrattenimento
  - ▣ Decorazioni e layout
  - ▣ Luci ed effetti speciali
  - ▣ Suoni e visual
  - ▣ Palcoscenico
  - ▣ campo di gioco

# Intrattenimento

12

- Alcuni eventi consistono proprio in una forma di intrattenimento (concerti, gare sportive), altri, come gli eventi aziendali, possono prevedere un “intervallo” di svago o un momento spettacolare
- **La scelta** del tipo di intrattenimento deve essere ovviamente coerente con il tema dell’evento e deve **incontrare i gusti del pubblico** (anche se spesso è il management aziendale a decidere...)
- Se si vuole un musicista o una band bisogna stare attenti all’incremento dei costi, alle attrezzature, all’hospitality (spesso le band sono accompagnate da tecnici specializzati ecc.), al tipo di palco e all’acustica, ecc.
- Quando si riservano i posti a sedere, attenzione a posizionare in prima fila gli alti dirigenti aziendali. Non mostreranno l’entusiasmo che si aspettano gli artisti (per via del ruolo), con il risultato di demotivare questi ultimi e di non avere uno spettacolo pieno di energia!

# Allestimento e decorazioni

13

- L'allestimento riguarda tutta la parte di **personalizzazione del sito**: dai colori utilizzati (moquette, sedute, tovaglie, tende, ecc.) agli elementi di scena (paline, banchi, palcoscenico,...), piante e fiori (pensiamo alla chiesa per un matrimonio), centri tavola, gadget, ecc.
- Anche in questo caso è necessario essere **coerenti con il tema l'immagine (la grafica) e gli obiettivi dell'evento**

# Utilizzo di tecnologie

14

Se vogliamo “sembrare” moderni e servono tecnologie particolari, bisogna **accertarsi che il sito le supporti** (e studiare bene come utilizzarle!). Per un'altra convention, ad esempio, volevamo queste pareti di led già utilizzate da Piaggio



# layout

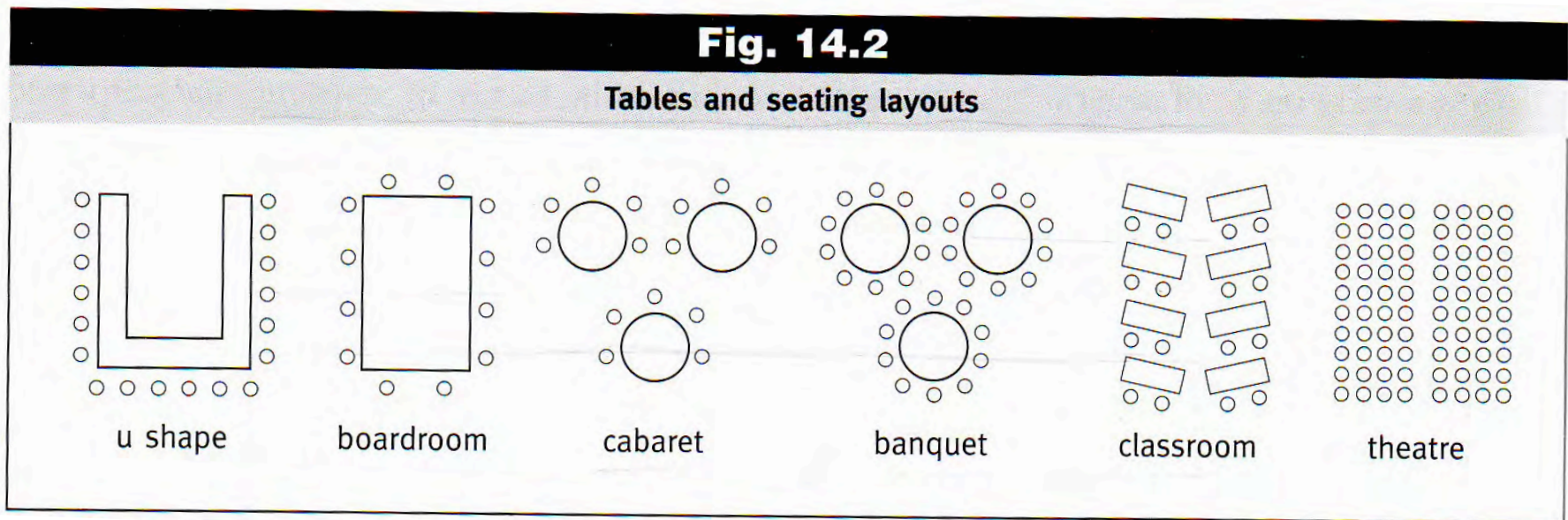
# Layout

16

- Il **Layout** (la sistemazione, la pianta) è cruciale per il successo dell'evento stesso. Ad esempio, la sistemazione dei posti a tavola (table layout), è determinante per un evento di business, e deve essere studiata con largo anticipo (e piani di back-up)
- Bisogna stare sempre attenti che tutti gli ospiti possano vedere e sentire bene cosa succede
- Per la sistemazione dei tavoli occorre pianificare il layout con **mappa in scala** e stare attenti che ci sia spazio sufficiente per far passare il personale di servizio (considerando anche le dimensioni e l'ingombro delle sedie)

# Esempio layout posti a tavola

17



# Convention Montecarlo lunch

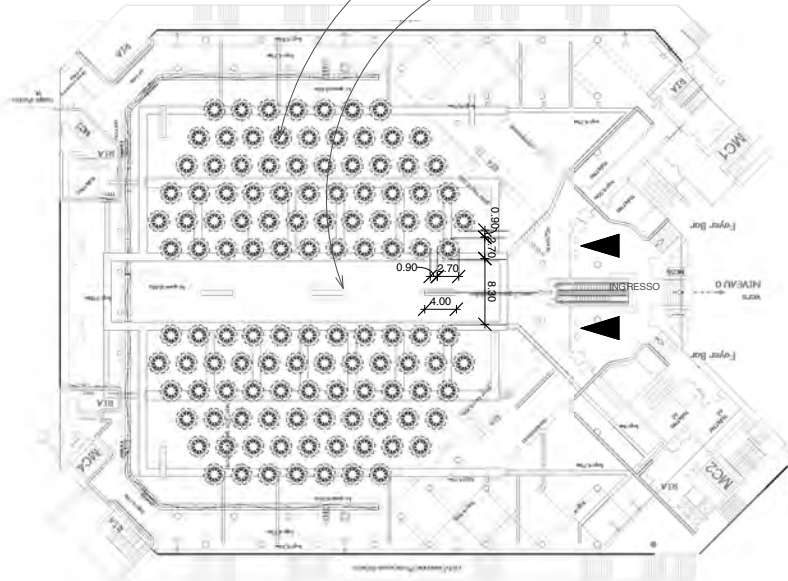
LUNCH

18

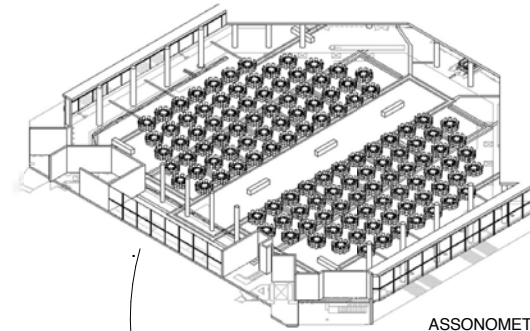
impianto luci dedicato

n°1200 POSTI (n°120 tavoli da 10 posti)  
tavoli allestiti: mise en place e  
centrotavola / elementi decorativi

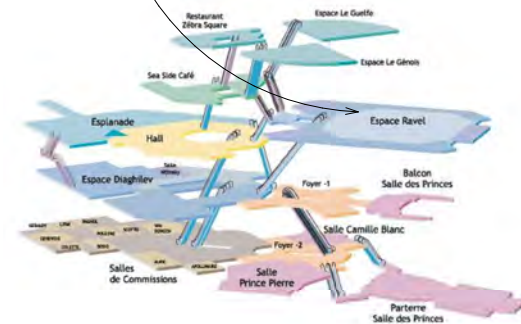
n°7 tavoli di servizio



PIANTA



ASSONOMETRIA



Convention Dealer TELECOM ITALIA MOBILE

Grimaldi Forum Montecarlo 10/11 Maggio 2010

LUNCH - Pianta

**Tav 09**

medb

scala 1:100

12 Marzo 2010

# C'è anche il software dedicato...

19

**Task Manager**

- Event Information
- Manage Guests
- Floor Plan Layout
- Edit Floor Plan Settings**
- Design Floor Plan
- Assignments
- Send Mailed Email
- Add Tables
- Seating Assignment
- Generate Reports
- Online Resources

**Floor Plan Settings**

**Measurement Type:**  American  Metric

**Floor Plan Size**

Width: 96 ' 0 " Length: 64 ' 0 "

**Default Round Table Properties**

Number Of Seats: 8

Width: 5 ' 0 " Length: 5 ' 0 "

**Default Rectangular Table Properties**

Number Of Seats: 12

Width: 6 ' 0 " Length: 2 ' 6 "

**Help**

Enter the Width and Length of the Floor that is available for your event.

For the American measurement system, use Feet and Inches.

If you are using the Metric system, use Meters and Centimeters.

Then enter the information for the default tables that you will use to seat guests.

This information will include the shape of the table, width, length, and how many people each table can seat (usually 8, 10, or 12 people).

If you're not sure, just keep the default values now and edit them at a later time.

**OK** **Cancel**

# Seating Arrangement Demo

[Edit](#)   [View](#)   [Tools](#)   [Reports](#)   [Help](#)

[Find Wedding Invitation Providers in Your Area](#)

**Sparkles Parties**

Sparkles Parties provide a one-stop shop, offering birthday cakes in Kingston cupcakes, christening cakes in London children's biscuits & sophisticated canapes.

**Soul Funk Secret**

Are you looking for a Professional Party Band in London? Are you in need of some Talented Wedding Musicians in West Midlands Area? Look no further than the well known Soul Funk Secret Wedding Band.

**The Bigger Pic**

The Bigger Pic Photography & Bar Mitzvah photography hire in London Middlesex and

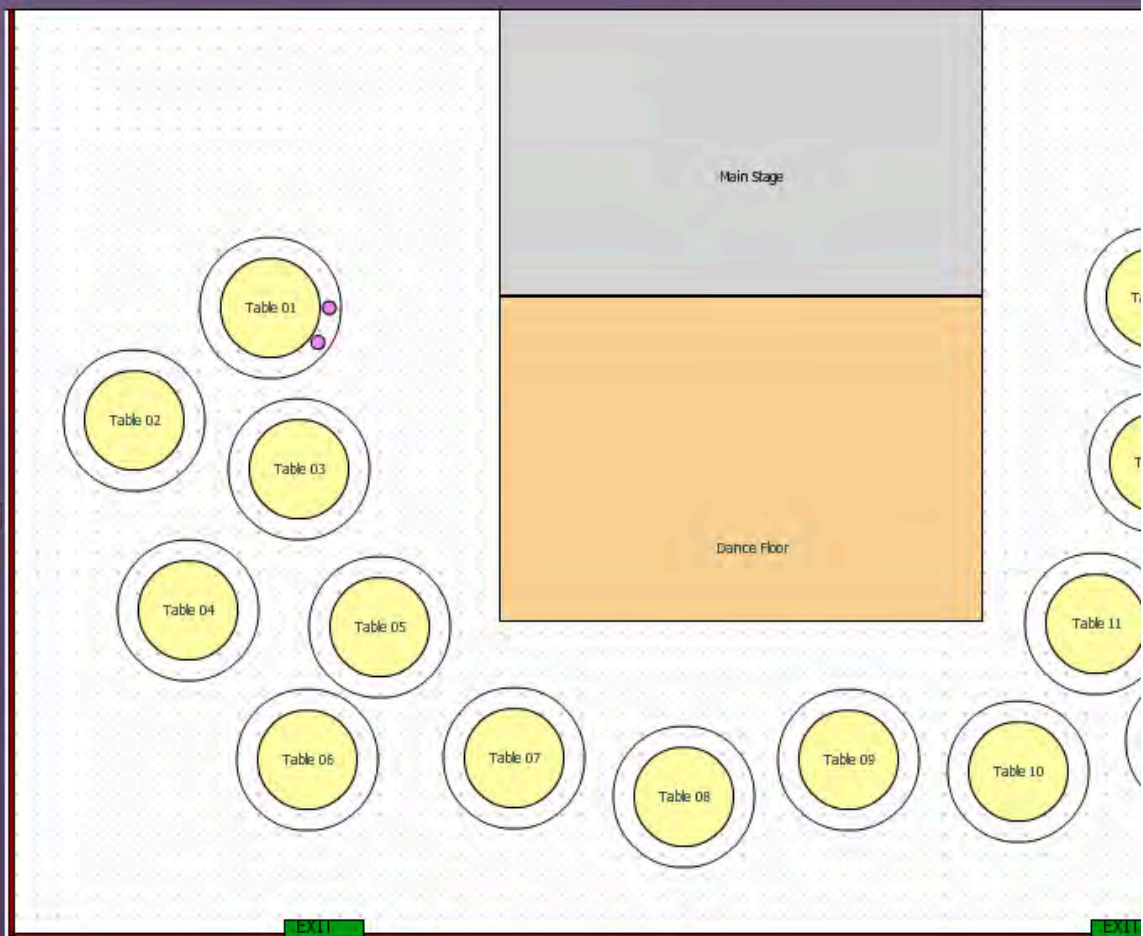
**Task Manager**

- Event Information
- Manage Guests
- Floor Plan Layout
- Seating Assignment
- Assign Seating
- Generate Reports
- Online Resources

**Assign Seating**

Show RSVP'd Guests Only  
 Hide Seated Guests

Guest
<ul style="list-style-type: none"> <li> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bride                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Adults                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Shirley Nelson (2)</li> <li>Patrick Martinez (2)</li> <li>Robert Brown (4)</li> <li>Thomas Collins (2)</li> </ul> </li> <li>Bride's Close Friends                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Frank Williams (2)</li> <li>Jennifer Thompson (4)</li> <li>Ann Campbell (2)</li> <li>Frank Adams (2)</li> </ul> </li> <li>Bride's Coworker                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Barbara Perez (2)</li> <li>Margaret Taylor (2)</li> <li>Laura White (2)</li> <li>Peter Robinson (2)</li> <li>Mary Adams (2)</li> </ul> </li> <li>Bride's Immediate Family                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Jerry Brown (2)</li> <li>George Nelson (4)</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>



# Luci ed effetti speciali

21

- Le **luci** sono molto importanti per **rendere spettacolare un evento** (e in questo senso gli eventi notturni hanno più potenziale)
- Le luci possono creare un certo tipo di ambiente o possono evidenziare particolari aspetti dell'evento (es. la presenza dello sponsor).
- Sono particolarmente impattanti se **sincronizzate con suoni e audio**
- Il **direttore delle luci** è sicuramente una delle figure tecniche più importanti nello staff di un evento

# Il suono

22

- La **musica** è un **generatore di emozioni** molto potente: può eccitare o calmare l'audience.
- Il volume deve essere tarato al livello appropriato: né troppo alto, né troppo basso. **E tutti devono poter sentire chiaramente**, bisogna fare attenzione soprattutto negli spazi ampi
- **L'ingegnere del suono** è una figura determinante nello studiare la strumentazione per la **miglior resa acustica**. Ad esempio se nel sito scelto non ci sono tappeti/moquette o tende, questo ha un impatto negativo sull'acustica: perciò bisognerà prevedere dei tendaggi nell'allestimento.

# Visual

23

- La parte visiva (**visual**) consiste in tutto ciò che riguarda le **immagini proiettate durante l'evento** (come i replay nei megaschermi degli stadi): videoproiettori, schermi, monitor, pareti led, ecc.
- Naturalmente è opportuno avere un **back-up di ogni cosa** (dalle slide ai filmati, a proiettori di riserva, ecc.)

# Palco

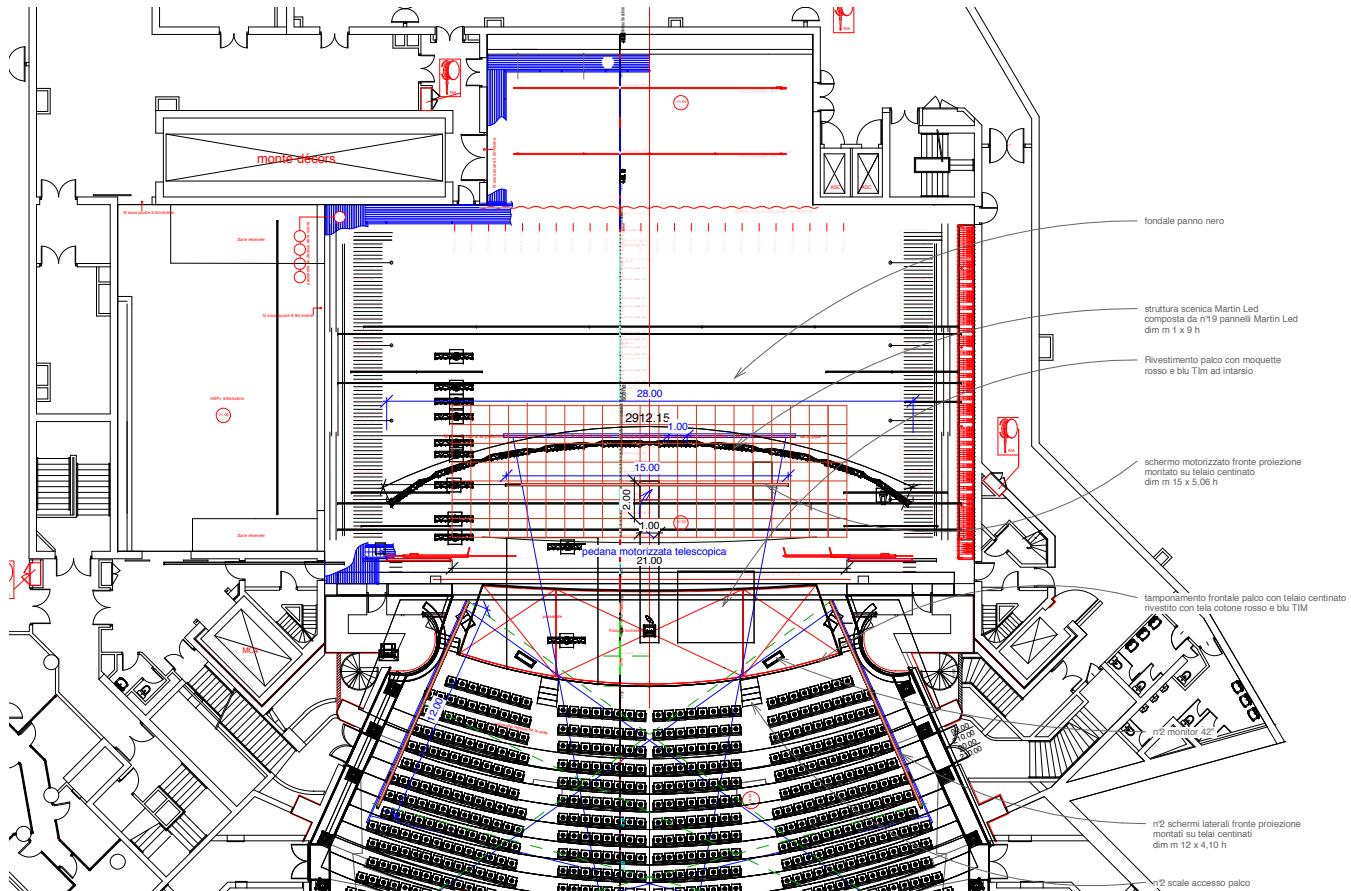
24

- Il palco (stage) è utilizzato per diverse ragioni: uno spettacolo, una premiazione, una presentazione
- E' molto importante studiare bene le **dimensioni** e la **forma** del palco, nonché la sua **distanza** dall'audience (troppa può manifestare distacco, troppo poca può essere pericolosa per la sicurezza)
- La prima considerazione naturalmente riguarda la linea visiva del pubblico (tutti devono poter vedere bene da dovunque si trovano)

# Palco Convention Montecarlo

25

PIANTA



Convention Dealer TELECOM ITALIA MOBILE

Grimaldi Forum Montecarlo 10/11 Maggio 2010

PLENARIA - Pianta

TAV 01

medb scala 1:200

12 Marzo 2010

Stella Romagnoli

LUMSA - Economia e

Organizzazione degli Eventi

# Set

26

- Il **set** riguarda **tutti gli oggetti che si trovano sul palco**: dagli allestimenti, al sipario, le quinte, le scale, il leggio, ecc.
  - ▣ Il **cyclorama** è il drappo che si trova in fondo al palco per creare un senso di distanza (la sua illuminazione rende diverso il background)
  - ▣ I **borders** sono usati per mascherare le attrezzature tecniche e per circoscrivere l'area di visuale per l'audience
  - ▣ Il **traveller** è un tipo di sipario scorrevole che si muove su un binario

# Campo di gioco

27

- Ogni evento sportivo prevede requisiti diversi per il campo da gioco: dalla presenza di attrezzature ginniche (che deve essere a norma) alla qualità del campo d'erba
- I campi sportivi in erba sono **molto delicati**, e spesso vengono coperti quando non sono utilizzati
- Nel caso degli sport, l'analisi della **visuale degli spettatori** (da tutte le postazioni) è molto importante. Perché di solito si tratta di **spazi molto ampi**. Non si possono certo vendere posti da cui non si vede la gara o la cui visuale è limitata dalla postazione del tecnico che sta riprendendo la partita...
- Può essere utile montare **megaschermi...** (come per i concerti)

# Il team tecnico

28

- Direttore artistico
- Direttore della produzione (production manager)
- Direttore tecnico
- Stage manager
- Coreografo
- Sceneggiatore
- Direttore delle luci (light designer)
  - Operatore luci
- Sound designer
  - Operatore audio
- Vision designer
  - Operatore vision

# Le prove

# Le prove

30

- MAI sottostimare l'importanza delle prove. Per minimizzare i rischi di insuccesso **bisogna provare in anticipo tutto**: dalla strumentazione tecnica, le luci, l'audio, le proiezioni... Ma anche le presentazioni dei relatori, gli strumenti di un gruppo musicale, ecc.
- Può anche servire una **sala apposta per le prove** –e gli **ultimi ritocchi** alle presentazioni- dei relatori in un evento aziendale
- In questa occasione **si preparano i back-up di tutti i materiali** per la performance: più microfoni, due copie dei file video e audio, le presentazioni in più formati, ecc. **Ogni potenziale problema deve avere una soluzione** (studiata in anticipo)
- E' sempre cura dell'event manager preoccuparsi che le **presentazioni** dei relatori (aziendali) siano **efficaci...**

# servizi

# La fornitura di servizi

32

- **Corrente elettrica, acqua, gas, la rete per le telecomunicazioni, la struttura dei trasporti (anche merce)** sono essenziali durante tutta la fase di staging dell'evento
- Per i siti attrezzati di solito non c'è problema, quando però si adattano location che hanno altre funzioni, bisogna strutturarsi



Stella Romagnoli

LUMSA - Economia e  
Organizzazione degli Eventi









# Lavorare con terzi

# Lavorare con terzi (contractors)

38

- Quando si lavora con un **contractor** (appaltatore), è bene che le specifiche del lavoro assegnato siano ben determinate (per evitare diatribe legali in caso di una prestazione insoddisfacente):
  - ▣ Identificare e ricercare *contractors* appropriati per l'evento
  - ▣ Fornire un briefing accurato e ogni specifica per la realizzazione del compito
  - ▣ Accertarsi di essere aggiornati costantemente sulla fornitura del servizio
  - ▣ Condividere la scelta dei contractors con i maggiori stakeholders
  - ▣ Mettere tutti gli accordi per scritto (in caso di controversia)

# Lavorare con terzi

39

- L'event manager è il responsabile ultimo, anche quando si lavora con terzi, perciò dovrà:
  - ▣ **Monitorare costantemente i progressi** del lavoro appaltato, inclusi i temi sulla **sicurezza**
  - ▣ Identificare le **necessità di aggiustamento** e organizzare i necessari cambiamenti (mettendoli sempre per scritto)
  - ▣ **Negoziare questi aggiustamenti** in modo tale da mantenere la qualità e l'integrità dell'evento
  - ▣ Verificare che il lavoro stia avvenendo **nei tempi previsti** e all'altezza dei **requisiti richiesti**. Prendere provvedimenti in caso contrario

# il catering e il contractor

40

- Di solito il catering viene fornito da un contractor.
- Si parte con la scelta dei menù possibili e le fotografie dei catering precedenti
- Riguardo al catering occorre stabilire se si tratterà di: servizio al tavolo, buffet, finger food o fast food
- **Lo stile della cucina e il tipo di servizio** hanno impatti importanti sui costi. Occorre stabilire con precisione la **quantità di cibo** necessaria, la **velocità del servizio** (quante persone servono) e il **genere di cibo**
- Un **safety plan per il cibo** è un aspetto essenziale della pianificazione degli eventi, per evitare avvelenamenti o contaminazioni (temperature corrette, modalità di trasporto cibo, ecc.)
- Occorre anche considerare il tema delle **file**, soprattutto nei buffet

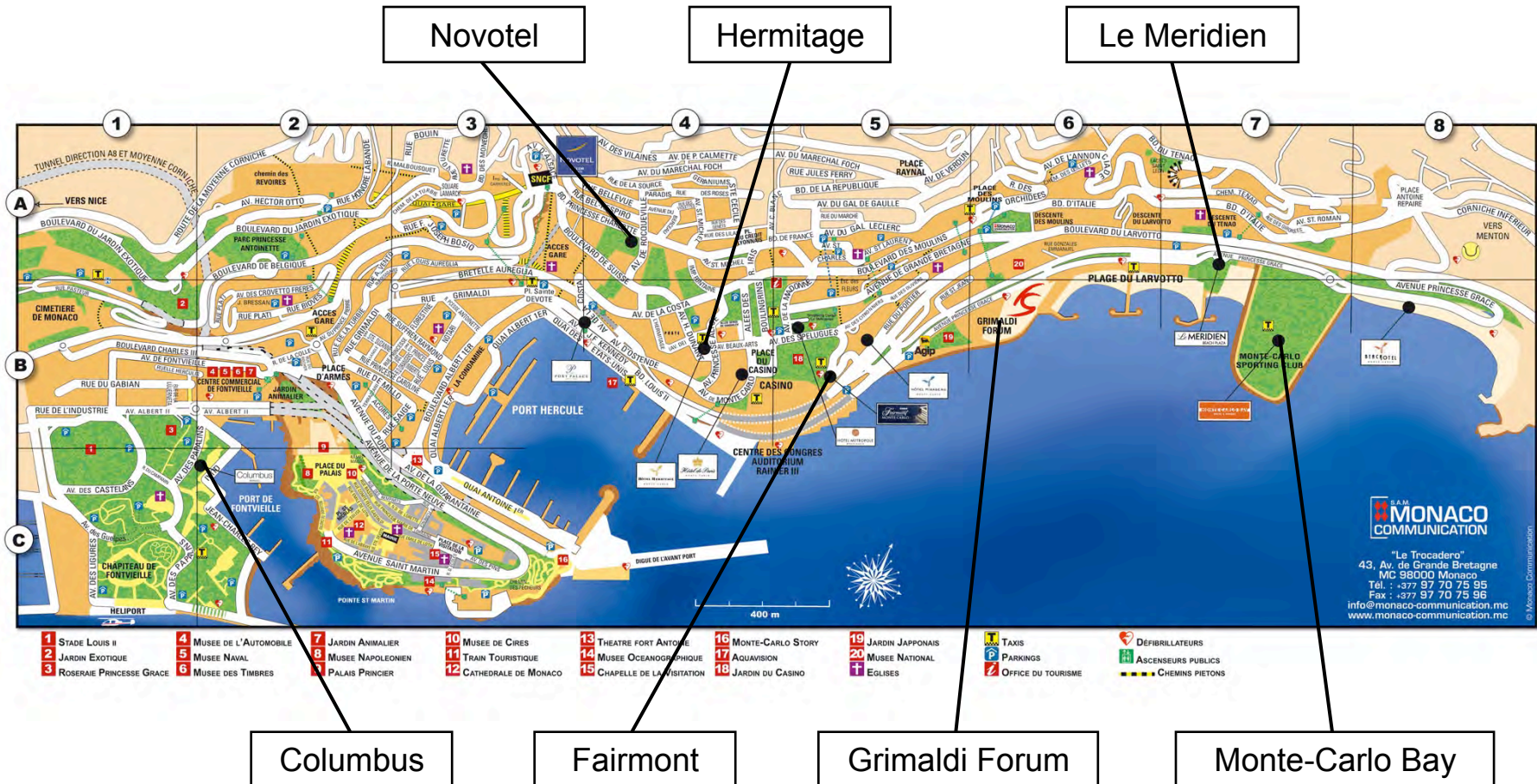
# Organizzare l'ospitalità

# Accomodation

42

- L'organizzazione degli alloggi per gli ospiti è una componente importante in diversi eventi soprattutto quando si offre un pacchetto che include anche il trasporto
- Per poter **prenotare alberghi e viaggi è bene muoversi con il massimo anticipo** (per ottenere gli sconti migliori). Molte agenzie di eventi hanno un'agenzia di viaggio interna
- La gestione delle stanze in albergo per gli ospiti di eventi continuativi (es. Luna Rossa a Valencia) può essere piuttosto complessa (se si vogliono evitare no show e perdite di denaro...)

# Alberghi Convention Montecarlo



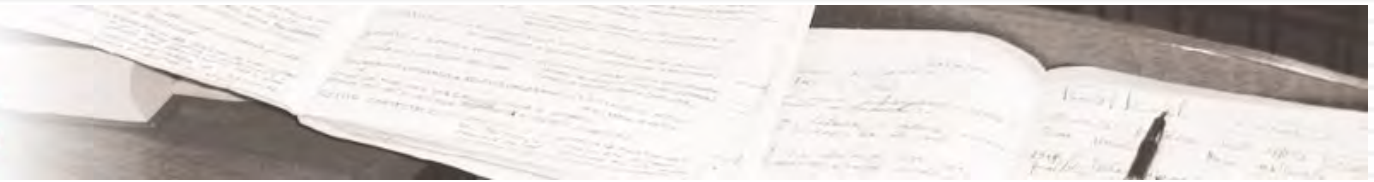
**S.A.M. MONACO COMMUNICATION**  
 "Le Trocadero"  
 43, Av. de Grande Bretagne  
 MC 98000 Monaco  
 Tel. : +377 97 70 75 95  
 Fax : +377 97 70 75 96  
 info@monaco-communication.mc  
 www.monaco-communication.mc

# Attenzione all'**ambiente**

# Attenzione all'ambiente

45

- **Inquinamento**
  - ▣ Occorre che l'evento minimizzi l'impatto sull'ambiente in termini di inquinamento acustico, aereo e idrico. Attenzione alla gestione dei rifiuti, soprattutto quelli tossici, gli olii, ecc.
- **Toilet facilities**
  - ▣ Nel considerare questo genere di servizio occorre stimare la quantità e la composizione del pubblico (donne, uomini, bambini e disabili) e l'utilizzo medio in termini temporali (per evitare troppe file)
- **Pulizia**
  - ▣ Ci si rivolge generalmente ad un contractor specializzato. Di solito occorre **pulire prima e dopo** l'evento, e mantenere pulito l'ambiente anche **durante l'evento** stesso. Lo staff che si occupa delle pulizie deve essere considerato front line e deve avere un'adeguata formazione (per poter rispondere alle domande del pubblico)
  - ▣ Deve essere garantita la possibilità di lavarsi le mani a chiunque abbia a che fare con il cibo negli eventi all'aperto



46

# Grazie per l'attenzione