



Marketing e Organizzazione degli Eventi

Stella Romagnoli





Lezione 14

Controllo e valutazione dell'evento



Agenda

- Monitoraggio e controllo dell'evento
- Verifica dei risultati raggiunti
- Impatti dell'evento

Controllo e valutazione dell'evento

- In questa lezione tratteremo 2 aspetti importanti del management degli eventi:
 - **Il controllo**
 - **La valutazione**
- Un **sistema di controllo** è indispensabile per tutte le fasi dell'evento, e serve ad accertarsi che vengano **applicate le procedure** e che siano **raggiunti i livelli di performance** voluti
- Per **valutazione** si intende il processo di misurazione del **successo dell'evento rispetto agli obiettivi** che si volevano raggiungere

Monitoraggio e sistema di controllo

- Una sfida, per l'Event Manager, è quella di **delegare efficacemente**: non può stare attento ad ogni dettaglio e deve far sì che lo staff (incluso i volontari) sia responsabilizzato nel proprio lavoro
- D'altro canto deve predisporre un **sistema di controllo** in modo tale da essere **informato tempestivamente** se le cose non stanno andando come dovevano
- Il controllo deve essere
 - Preventivo
 - Di feed-back

Cosa controllare?

Check-List

- Secondo Getz (2002) alcune delle ragioni di fallimento degli eventi al pubblico possono ricondursi a **problemi associati a:**
 - **Marketing/planning**
 - Mancanza di ricerca o di planning strategico
 - Promozione/comunicazione insufficiente
 - **Cause esterne**
 - Maltempo, concorrenza, regolamentazioni, comunità contraria
 - **Risorse Umane**
 - Managers o staff incompetenti, eccessivo turnover di staff e volontari
 - **Risorse finanziarie**
 - Mancanza di ricavi, poco controllo dei costi, problemi di cash-flow
 - **Cultura dell'organizzazione**
 - Mancanza di leadership e struttura

Controlli preventivi

- I **controlli preventivi** vengono predisposti nelle fasi iniziali del processo di planning dell'evento
 - Ad esempio predisponendo procedure e moduli per l'approvazione delle spese (allo scopo di evitare di finire fuori budget...)
 - Verificando la qualità dei prodotti in entrata (es. materie prime per il cibo)
 - Predisponendo una **check-list** per le caratteristiche di standard internazionale delle attrezzature sportive (se le misure non sono esatte, gli atleti possono farsi male)

Venue check-list

Check-List

- Cosa controllare preventivamente sul sito dell'evento:
 - Il piano in scala
 - Gli accessi per disabili
 - La capacità di sedute e di posti in piedi
 - La linea di visione per gli spettatori (gli ostacoli, ostruzioni)
 - La capacità di immagazzinamento
 - L'appropriato numero di toilet, in location adatte
 - L'idoneità delle aree dedicate al cibo e alle bevande (preparazione e servizio)
 - L'accessibilità per la consegna e l'installazione delle attrezzature, del cibo, ecc.
 - Il corretto numero di tavoli, sedie, piatti, bicchieri, posate, ecc.
 - Il piano di evacuazione in caso di emergenza
 - La sicurezza del sito (estintori, accessi e uscite di sicurezza)
 - I contractors (security, catering)
 - I requisiti delle attrezzature fisse e affittate (es. impianto audio)
 - L'impianto elettrico
 - La fornitura d'acqua (soprattutto in cucina)
 - Le limitazioni del sito

Controlli di feed-back

- I **controlli di feed-back** servono a prendere le decisioni durante l'evento
 - Ad esempio un feed-back può servire per decidere quando vendere a prezzi scontati il merchandising (ed evitare che rimanga invenduto). Se si scontano troppo presto ci si rimette del denaro, se troppo tardi si rischia che rimanga in stock...
- Il report degli incidenti è un'altra forma di controllo di feed-back
 - se accadono sempre incidenti simili (es. la gente scivola sul pavimento della cucina) si dispongono dei correttivi (si cambia/copre/scartavetra il pavimento in questione)
- Su alcuni temi di carattere finanziario i feed-back arrivano tardi... (biglietti venduti a prezzi sbagliati), è molto importante raccogliere tutti i feed-back durante l'evento per le esperienze future

Monitoraggio operativo

- Abbiamo detto che un **manager degli eventi** deve delegare. Prende solo le decisioni più importanti. Però è responsabile della riuscita dell'evento e quindi deve **poter controllarne l'operatività** (e, se è il caso, predisporre dei correttivi)
- Oltre a prevedere i controlli che abbiamo appena visto, si deve focalizzare su:
 - I controlli che coinvolgono le procedure per i **rischi maggiori** (es le procedure in caso di evacuazione)
 - I controlli sul **comportamento dei partecipanti (pubblico, performers)**
 - I **controlli finanziari**

Sistemi di controllo sui clienti

- In alcuni casi i partecipanti all'evento possono comportarsi in modo scorretto, es.
 - Entrare in aree specifiche senza relativo accredito
 - Cambiare il proprio posto per andare in uno migliore
 - Scavalcare le transenne
 - Non rispettare le regole in una gara (es. non indossano le attrezzature per la sicurezza)
 - Ecc.
- Serve quindi un sistema di controllo e tutto lo staff deve sapere come comportarsi.
 - Ad esempio se un cliente vuole scavalcare una barriera che regola una fila inesistente... forse conviene farlo passare. Se invece non vuole indossare il casco forse conviene non farlo partecipare...

Controllo finanziario

Check-List

- Per controllare la parte finanziaria dell'evento, al fine di evitare frodi o di finire fuori budget, si può:
 - Utilizzare un sistema di requisiti per la delega all'acquisto e alle spese che limita i titolari a certe somme (es. il sig. X può firmare solo fino a 10.000 €)
 - Assicurarsi che siano contabilizzate e documentate tutte le spese
 - Controllare che i beni acquistati rispondano ai requisiti dell'ordine scritto
 - Controllare i livelli di stock
 - Utilizzare un sistema finanziario che mantenga aggiornati i dati dei ricavi e delle spese
 - Utilizzare un sistema finanziario che preveda il cash-flow
 - Assicurarsi che tutti comprendano il budget e la posizione finanziaria corrente

Controllo delle vendite

Check-List

- Il controllo del sistema di vendita e di registrazione può essere ottenuto con:
 - Il controllo dei flussi di cassa
 - La verifica che gli introiti siano accuratamente registrati e processati attraverso il registratore di cassa (niente sottobanco...)
 - Controllare che il registratore di cassa sia aggiornato sullo stato dei contanti (dopo i prelievi)
 - Verificare che i contanti vengano trasportati e conservati in modo sicuro e documentato
 - Verificare che la documentazione bancaria sia conservata e corrispondente alla situazione “ufficiale” della banca stessa

Controllare le operazioni

The definitive
Check-list

Controllo generale:

Check-List

- Consigli degli esperti:
 - **CONTROLLA tutto, controlla e ricontrolla**
 - **SCRIVI tutto**, incluso le promesse dei contractors e le richieste dei clienti
 - **Prepara CHECK LIST** su ogni cosa possibile
 - **Sopralluogo** del sito dell'evento di persona e verifica che non sia danneggiato
 - **Mai lasciare il sito prima** che ultimo dello staff se ne è andato
 - **Controllare il sito prima di andarsene**. Potrebbe essere rimasto il gas aperto (o qualche persona...)
 - Fare **attenzione ai dettagli** di ogni stadio dell'organizzazione
 - **Pianificare i tempi con attenzione**, ad es. le persone hanno poca pazienza per i lunghi interventi (e i filmini proiettati possono durare al massimo 90 secondi!)

Controllo generale 2:

Check-List

- Mantieni un **fondo le per le spese inattese**
- **Coinvolgi lo sponsor** in ogni fase
- **Otteni le approvazioni** prima di stampare i loghi...
- **Non dare per scontato la conoscenza delle procedure di sicurezza**, ripetile spesso
- Fai training allo staff affinché sia osservante (delle procedure, delle istruzioni, ecc.)
- **CONTROLLA tutto, controlla e ricontrolla**



Valutazione dell'evento

Valutazione dell'evento

- La valutazione dell'evento è un'area spesso trascurata, fatto che comporta la perdita di preziose informazioni
 - Da un punto di vista qualitativo, infatti, la valutazione consente alle persone coinvolte di imparare dall'esperienza e di migliorare l'operatività futura.
 - Per le persone non coinvolte costituisce una base importante di informazioni. Se non si può imparare dalla propria esperienza... almeno si impara da quella degli altri!
- **La valutazione deve essere pianificata prima dell'evento: gli obiettivi dell'evento di solito guidano il processo di valutazione**

I metodi di valutazione

- Quando si pianifica la valutazione di un evento è importante definire (prima) di quali informazioni si avrà bisogno (alla fine...)
 - Se ad esempio vogliamo conoscere l'età dei partecipanti di una gara ciclistica, dobbiamo pianificare (prima dell'evento) come e quando chiedere questa informazione.
- Abbiamo già visto che informazioni importanti possono essere chieste prima, durante e anche dopo l'evento:
 - Attraverso la compilazione di **questionari** (ad esempio nella fase di iscrizione o prenotazione)
 - O **interviste**

Fonti delle informazioni:

- 1. partecipanti**
- 2. staff/stakeholders**
- 3. report e documentazione
dell'evento**

1. Valutazione dei partecipanti

➤ Alcune domande possibili da includere in un questionario per un report informale di post valutazione dell'evento:

- Come hai saputo dell'evento?
- Perché hai deciso di partecipare?
- Quando hai deciso di partecipare?
- Sei venuto con altre persone?
- Chi è stato il decisore principale?
- L'evento ha risposto alle tue aspettative?
- Il prezzo era adeguato (value for money)?
- I trasporti e i parcheggi erano adeguati?
- Il cibo e le bevande erano adeguate?
- Erano adeguate le sedute, il suono e la visuale?
- Parteciperesti ancora a quest'evento?
- Lo raccomandaresti ad un amico?
- Come miglioreresti l'evento?

Check-list

2. Valutazione da parte dello staff

- Lo staff e gli stakeholders possono fornire molte informazioni utili per valutare l'evento. Ecco alcune domande da fare:
 - Cosa è andato bene e perché?
 - Cosa è andato male e perché?
 - Come si poteva migliorare l'operatività?
 - Ci sono stati dei fattori di rischio (serio) che non abbiamo anticipato?
 - C'è stata una ripetizione, un modello negli incidenti accaduti?
 - C'è stata qualche denuncia per incidenti o danni?
 - C'è qualche evidenza sulla politica di assunzione e training?
 - Come descrivereste il management e l'organizzazione dell'evento nella fase di pianificazione e operatività?
 - Cosa possiamo imparare da quest'evento?

Check-List

3. Documentazione dell'evento

- I documenti dell'evento sono una componente importante dell'analisi di valutazione a posteriori dell'evento, e includono:
 - Budget
 - Conti bancari
 - Report di salari e stipendi
 - Risk management plan, report degli incidenti
 - Contratti con fornitori
 - Minute degli incontri, politiche e procedure, piani operativi
 - Polizze assicurative
 - Database dei partecipanti (se ci sono), statistiche del sito web
 - Record dei risultati della competizione (se c'era)
 - Rassegna stampa,
 - Risultati per gli sponsor, ecc.

Che ci si fa con questi documenti?

- Come provare che un evento è andato bene o meno?
 - Magari il bilancio (economico) è stato migliore dell'anno precedente
 - Abbiamo speso meno per lo staff
 - Il risk management plan è stato più accurato, alcuni rischi sono stati prevenuti ed evitati (rispetto a...)
 - I contratti con i fornitori sono stati redatti in modo più completo
 - Hanno partecipato più persone (dell'evento precedente, di altri eventi competitors...)
 - Durante l'evento abbiamo ospitato un record in una disciplina sportiva...
 - L'evento ha avuto un rilievo sui media (quantità e qualità...)

**Un conto è dire
“l’evento ha avuto
successo”, un altro
è **provarlo...****



Valutazione per lo sponsor

Valutazione della sponsorizzazione

Check-List

- La valutazione della sponsorizzazione serve a provare che lo sponsor ha investito bene le sue risorse nell'evento... Nel report dobbiamo includere:
 - **I dati di audience:** sia dei partecipanti dal vivo che degli spettatori media
 - I dati sull'**esposizione dei loghi** (dal sito web, ai materiali dell'evento, biglietti, merchandising, ecc.): sia la quantità e la tipologia che i dati di audience (chi li ha visti, anche tramite media)
 - **Materiale pubblicitario distribuito**
 - **Prodotti (dello sponsor) provati e acquistati**
 - La **rassegna stampa** delle citazioni dello sponsor in relazione all'evento)
 - **Benefici per i dipendenti** dell'organizzazione sponsor (biglietti, hospitality, VIP backstage, ecc.)
 - **Benefici legati al B2B:** business network e valore delle nuove alleanze



Impatti dell'evento

Impatti dell'evento

- ➔ Gli impatti degli eventi possono anche essere valutati da questi 3 punti di vista (**triple bottom line assessment**):
1. **Economico**
 2. **Sociale**
 3. **Ambientale**

Triple Bottom Line Assessment

1. **Economic impacts**

the impact that tourism has on the economy, that is, the effect on the flow of money through the economy of the destination in terms of the **quantity of money introduced and the directions in which it flows**. Thus issues such as **employment** are within scope of the definition.

2. **Social impacts**

the **impact of tourism on society**, the Mathieson and Wall (1982) definition has been adopted here, that is, “**changes in quality of life of residents of tourist destinations**”. Thus, it can be argued that all impacts have a social dimension.

3. **Environmental impacts**

the **impact that tourism has on the environment**, that is the effect on ecology brought about by tourism activities.

Triple bottom line assessment Commonwealth Games 2006

TRIPLE BOTTOM LINE ASSESSMENT OF THE GAMES

Opportunities for better delivery of major events	Earlier rollout of business leveraging programs		Better recycling at venues building on Melbourne 2006 lessons
Lasting Benefits of the Games achieved	<p><i>Lasting relationships</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Increased local capability Enhanced economic relationships, export sales and foreign awareness of Australian business opportunities Indications of future tourism Promotion of Melbourne as a 'can do' place 	<p><i>Behavioural change</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Volunteering legacy Greater social inclusion and connectedness Greater social awareness 	<p><i>Behavioural change</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Greater awareness of environmental issues Greater willingness to benefit environment Knowledge transfer in construction trades Increased uptake of technology
Immediate Benefits of the Games achieved	<p>Tourist targets were met</p> <p>Businesses reported feeling prepared for Games</p> <p>Significant economic stimulation</p>	<p>Significant participation in sporting and Festival Melbourne 2006</p> <p>Strong family involvement</p> <p>Mix of metro and regional events</p>	<p>Games were low waste</p> <p>Games were water wise</p> <p>Games achieved carbon neutral targets</p>
	Economic	Social	Environmental

1. Impatti economici

- Gli impatti economici vengono valutati soprattutto negli eventi in cui ci si sono investimenti governativi
- Gli impatti economici riguardano gli introiti che derivano dalle spese per:
 - Intrattenimento
 - Ospitalità alberghiera
 - Ristorazione
- E naturalmente si considerano i riflessi sull'incremento nell'occupazione
- I benefici possono essere immediati e a lungo termine (promozione turistica della località)

Sintesi dello studio e principali risultati

Questa presentazione è stata elaborata da CERTeT – Università Bocconi su richiesta di Expo 2015 S.p.A. con l'obiettivo di valutare i principali impatti economici generati dall'evento EXPO Milano 2015 sul territorio nazionale.

Si stima che la **produzione aggiuntiva** complessivamente determinata da EXPO Milano 2015 nell'economia italiana, nel periodo 2011-2020, potrà ammontare a più di **€ 69 Miliardi**, cui corrisponde un **incremento di valore aggiunto** pari a circa **€ 29 Miliardi**.

In particolare, gli impatti economici sono riconducibili a cinque principali ambiti che contribuiscono, in misura diversa, all'attivazione del valore aggiunto totale:

1. Infrastrutture: 74,5%
2. Costi di gestione evento: 3,8%
3. Partecipazione ad EXPO Milano 2015 dei Paesi: 1,9%
4. Attrattività turistica: 16,5%
5. Attrattività di investimenti diretti esteri: 3,3%.

EXPO Milano 2015 avrà rilevanti impatti sull'occupazione nazionale, oltre che lombarda, in particolare:



L'impatto economico del GP di F1 e di altri eventi turistici a Roma e nel Lazio

Roberto Basile

***(Prof. di economia applicata Università di Macerata,
Dirigente di ricerca ISTAT dal 01/01/'11,
Dirigente di ricerca ISAE fino al 31/12/'10)***

Roma, 21/01/2011

2. Impatti sociali

- Gli esempi più eclatanti di eventi con impatto sociale sono i concerti organizzati per raccogliere fondi ed aiutare le comunità (Live Aid, Wave aid, ecc.)
- Su scala diversa anche gli eventi locali hanno impatti sociali, che riguardano la celebrazioni delle arti e il mantenimento delle eredità culturali, oltre che naturalmente la raccolta fondi

Live aid i Queen a Wembley



- Il Live Aid è stato un concerto rock tenutosi il 13 luglio 1985 in diverse località. L'evento è stato organizzato da Bob Geldolf dei Boomtown Rats e Midge Ure degli Ultravox, allo scopo di ricavare fondi per alleviare la carestia in Etiopia. Esso è diventato uno dei più grandi eventi rock della storia e ha indubbiamente caratterizzato gli anni ottanta.
- Presentato come un jukebox globale, i luoghi principali dell'evento furono il "vecchio" Wembley Stadium a Londra con circa 72.000 presenze, e lo Stadio JFK di Filadelfia con approssimativamente 90.000 presenze; altre parti si tennero in luoghi come Sydney o Mosca. È stato il più grande collegamento via satellite e la più grande trasmissione televisiva di tutti i tempi: si stimano infatti due miliardi e mezzo di ascoltatori in cento paesi che videro la trasmissione in diretta.

3. Impatti ambientali

- Sempre di più gli eventi considerano il loro impatto sull'ambiente (sostenibilità, waste management, ecc.)
- L'impatto fisico degli eventi è evidente quando vengono costruite nuove infrastrutture (strade, stadi, ecc.)
- Questo impatto può essere positivo o negativo (o il più neutro possibile). Un impatto negativo potrebbe essere costituito es. dall'inquinamento acustico

sommario

- Abbiamo parlato di come valutare un evento:
 - Controlli
 - Monitoraggi
 - Gli impatti sull'economia, sul sociale e sull'ambiente



Nella prossima lezione parleremo di professionalità e di come si presenta una sponsorizzazione



Grazie per l'attenzione

Slide della lezione:
www.stellaromagnoli.com