

Quando si organizza un evento, solitamente quella del "dove andiamo " è una delle prime domande che ci poniamo. Subito dopo si apre un ventaglio di possibilità che, a volte, ci lascia dubbiosi sulla validità delle scelte possibili.

Condivido qui vent'anni di esperienza, condensati in un breve articolo, con l'obiettivo di dare qualche suggerimento che spero sia utile a risparmiare tempo.

### **Primo passo:**

è un evento **residenziale** ( ovvero necessita di pernottamenti ) oppure è un evento **one-day** ? Nella prima situazione possono essere considerati sia gli hotel classici che le strutture alternative ( agriturismo, navi, castelli, etc. ) . Solitamente l'obiettivo è quello di utilizzare un'unica struttura per non disperdere i partecipanti e dare uniformità al servizio. A volte invece, quando i numeri sono grandi, occorre considerare l'ipotesi di "convenzionare " più strutture ( anche di diversa categoria alberghiera ) all'interno dello stesso territorio. E' il caso dei congressi medici e delle grandi convention, che solitamente utilizzano la ricettività di una intera città.

Se invece tutto si esaurisce in una giornata e i pernottamenti non sono necessari si possono utilizzare anche strutture completamente diverse ( musei, teatri, spazi espositivi, recuperi architettonici, etc. ) . In questo caso la coerenza tra la tipologia di struttura e l'obiettivo dell'evento diventa ancora più importante. Ricordo con piacere tre eventi esclusivi organizzati al Louvre, all'Hermitage e alla Cappella Sistina in cui i partecipanti hanno avuto il privilegio di sentirsi dire: "chiudetevi la porta dietro di voi, nessun altro può entrare ".



## Secondo passo: come cercare la location ?

- Attraverso le guide specializzate ( meeting e congressi, mastermeeting, etc. ) che pubblicano elenchi dettagliati di strutture e servizi



- Attraverso i convention bureau, che sono presenti in molte città e comprensori turistici e sono aggregazioni pubblico / privato di operatori congressuali, strutture ricettive e fornitori di servizi. Hanno

il pregio di raccogliere l'offerta in un territorio, ma lo svantaggio di lavorare solo con i soci aderenti e spesso con tempistiche e dinamiche difficili da condividere per chi è abituato a ritmi aziendali.

- Ricerca libera ( sia attraverso le funzioni di ricerca di google che attraverso alcune community specifiche di organizzatori su linkedin )

## Terzo passo: come si sceglie ?

Questo è più difficile....

Anche perché la sensazione che spesso si ricava quando ci si affaccia a questo mondo è che chi vende stia quasi facendovi un favore... La verità è che si tratta di un prodotto non standard, nel quale la personalizzazione, anche dal lato di chi eroga il servizio, deve essere molto forte. In qualche modo anche le location cercano spesso di “ prendervi le misure “ per capire se state giocando oppure no.

Personalmente prendo in considerazione come parametri di “qualità “ questi elementi:

1 ) velocità di risposta. Non accetto chi risponde con calma dicendo “ avevo tanto da fare “

2) completezza dell'offerta ( planimetrie, policy di annullamento e conferma, attrezzature disponibili, etc. ) . Trattandosi di elementi standardizzati, non ha senso perdere tempo a richiederli e inviarli in più step e il fatto di disporre da subito di tutte le informazioni è per me fattore di scelta.

### **Quarto passo: site inspection**

Eh già.... Prendi la macchina, il treno, l'aereo, un calesse o quello che ti pare e vai a vedere il luogo dell'evento. E' fondamentale !

Non solo per capire meglio la logistica ma per capire chi c'è dall'altra parte, le persone, quelle che dovranno aiutarti nella fase organizzativa: sono capaci e hanno interesse a farlo oppure sono "piante da ufficio" con orari e ritmi che non si adattano alle tue esigenze ?



### **Quinto passo: la trattativa**

Ci siamo quasi, ora è il momento di parlare di soldi. Il mio consiglio è di non focalizzarsi sul costo dei servizi di base ( sale meeting, ristorazione o camere ) ma di concentrarsi sulle condizioni contrattuali. E intendo tutte le condizioni.

Un esempio ? Immagina di organizzare un evento con 100 persone che devono lavorare, mangiare, dormire...

Diciamo che dopo un lungo tira e molla hai ottenuto uno sconto del 20% quindi paghi 80 euro a persona invece di 100 euro a persona per il complesso dei servizi.

Hai ottenuto un risparmio di 2000 euro, apparentemente un ottimo risultato.

Però succede che all'evento si presentano in 70 e devi pagare il conto anche per chi non c'è. Hai appena perso 3000 euro.



Lavorare sulle policy di conferma/annullamento è spesso la chiave di volta (almeno ex post, in fase di rendicontazione) del vero risparmio aziendale.

Mi rendo conto che abbiamo semplificato tutto in maniera probabilmente eccessiva. La realtà è spesso molto più complessa e ci sono molte considerazioni di natura strategica oltre che operative che non ho nemmeno accennato, ma spero di avere condiviso almeno i punti chiave e che possano esserti utili quando organizzerai il tuo prossimo evento. Buon lavoro !