

# POLITECNICO DI TORINO

Dipartimento di Automatica e Informatica

## **Corso di Laurea Magistrale in Ingegneria del Cinema e dei Mezzi di Comunicazione**

Tesi di Laurea Magistrale

### **Analisi e ottimizzazione della comunicazione all'interno di team di produzione di eventi**



#### **Relatore**

Prof.ssa Sara Monaci

#### **Tutor Aziendale**

Ing. Giuseppe Baldari

#### **Candidato**

Giuseppe Gullotta

Anno Accademico 2019/2020



*“La vita è così... normale, prima che accada qualcosa.”*  
*Sir. Sean Connery*



# Indice

<b>Introduzione</b>	<b>9</b>
<b>1. Stato dell'arte</b>	<b>11</b>
1.1 Definizione di evento	12
1.2 Tipologie di evento	14
1.2.1 Scopo e obiettivi	15
1.2.1.1 Evento mezzo/Evento obiettivo	16
1.2.2 Dimensione	17
1.2.2.1 Eventi di grandi dimensioni	17
1.2.2.2 Eventi minori	18
1.2.3 Area di attività	18
1.2.4 Forma	19
1.2.5 Durata	23
1.2.6 Target e pubblico di riferimento	24
1.2.7 Risorse finanziarie	24
1.3 Come si realizza un evento	25
1.3.1 Fase preliminare	25
1.3.2 Fase operativa	27
1.3.3 L'evento	29
1.3.4 Il post-evento	30
<b>2. La struttura organizzativa</b>	<b>31</b>
2.1 Premessa	31
2.2 La struttura organizzativa tipo di un evento	32
2.3 I settori chiave del reparto di produzione	34
2.3.1 Direttore di produzione e segreteria di produzione	34
2.3.2 Funzione Tecnica	36
2.3.3 Risorse Umane	38
2.3.4 Logistica	39
2.3.4.1 Ospitalità	44
2.3.5 Amministrazione e controllo della gestione	45
2.3.6 Sicurezza	46
2.3.6.1 Sicurezza della <i>venue</i>	47
2.3.6.2 Sicurezza degli allestimenti	48
2.3.6.3 Sicurezza degli attori dell'evento	49
2.3.6.4 Sicurezza del pubblico	53
2.3.6.5 Sicurezza dei lavoratori	54

<b>3. La comunicazione all'interno del reparto di produzione</b>	<b>57</b>
3.1 Le necessità comunicative	57
3.1.1 Comunicazioni primarie e secondarie	58
3.1.2 Documentazione	60
3.1.2.1 Manuale Operativo	60
3.1.2.2 Rider	63
3.1.2.3 Piano Logistico	65
3.1.2.4 Indicazioni e Accessibilità	67
3.1.2.5 Tabella Convocazioni Staff	69
3.1.2.6 Diagramma di Gant	71
3.1.2.7 Richieste di permessi	74
3.1.3 Linguaggio adoperato	75
3.1.3.1 Linguaggio Tecnico	76
3.1.3.2 Problemi riscontrati nell'uso di un gergo specifico	77
3.2 Applicazioni esistenti per comunicare	78
3.2.1 WhatsApp	78
3.2.2 Zello	81
3.2.3 Slack	84
3.2.4 Discord	86
3.2.5 Benchmark delle app	87
<b>4. Interviste</b>	<b>89</b>
4.1 Giuseppe Baldari	89
4.2 Mario Viscardi	94
4.3 Andrea Montali	97
4.4 Alcune considerazioni	100
<b>5. Prototipo di web-app</b>	<b>103</b>
5.1 Il progetto	103
5.1.1 L'idea	104
5.1.2 Target	104
5.2 Strumenti	105
5.2.1 WBS - Work Breakdown Structure	105
5.2.1.1 Struttura	105
5.2.1.2 Principi di base	107
5.2.1.3 Applicazione del WBS ad un evento generico	108
5.3 Prototipo di WebApp	110
5.3.1 Tipologie di utente	111
5.3.2 Architettura delle informazioni	113
5.3.3 La scheda "evento"	117
5.3.4 La scheda "task"	120

5.3.5	Funzionalità	124
3.3.5.1	Direttore di Produzione	124
3.3.5.2	Responsabile di Funzione	127
3.3.5.3	Utente Terzo	130
5.4	L'interfaccia grafica	132
5.4.1	Layout e flusso di navigazione	133
5.4.1.1	Layout e flusso di navigazione	133
5.4.1.2	Registrazione	133
5.4.1.3	Homepage	138
5.4.1.4	Creazione nuovo evento	140
5.4.1.5	Dashboard	141
5.4.1.6	Header	142
5.4.1.7	Sidebar	143
5.4.1.8	Posta	144
5.4.1.9	Notifiche	146
5.4.1.10	Rubrica	147
5.4.1.11	Impostazioni	149
5.4.1.12	Informazioni e Venue	152
5.4.1.13	Task	153
5.4.1.14	Diagramma di Gantt	155
5.4.1.15	Agenda	156
5.4.1.16	Materiale	157
5.4.1.17	Gestisci evento	160
5.4.1.18	Gestisci il tuo team	161
5.4.1.19	Funzione X	163
5.5	Valutazione del progetto	164
5.5.1	Come viene eseguito il test	164
5.5.2	Analisi dei risultati	167
<b>6.</b>	<b>Conclusioni</b>	<b>169</b>
	<b>Bibliografia</b>	<b>171</b>
	<b>Sitografia</b>	<b>175</b>
	<b>Filmografia</b>	<b>177</b>
	<b>Appendice A</b>	<b>179</b>
	<b>Ringraziamenti</b>	<b>185</b>



# Introduzione

Il presente elaborato è frutto dell'analisi riguardante la comunicazione tra personaggi chiave all'interno di un team di produzione eventi. Nello specifico, questo studio vuole porre l'accento sulle problematiche che si possono riscontrare nella procedura di trasmissione delle informazioni durante la fase di pre-produzione di un evento tra membri dello stesso team di lavoro e le eventuali complicazioni che si possono riscontrare nel rapporto con clienti esterni.

Le motivazioni che spingono a trattare questo argomento si basano sull'interesse per la produzione di eventi. In particolare, questo coinvolgimento è stato influenzato e sicuramente incentivato da alcune esperienze vissute all'interno del mio tirocinio universitario, durante il quale ho avuto la possibilità sia di entrare a stretto contatto con professionisti del settore, sia partecipare ad eventi di notevole importanza e complessità.

Questa tesi di laurea ha duplice finalità: in primo luogo viene analizzato il workflow produttivo di base, quali sono gli strumenti adoperati e le modalità di comunicazione riguardanti la pianificazione e la progettazione di un evento. In secondo luogo si ha l'obiettivo di proporre un sistema di ottimizzazione del processo sopra citato. Non è scopo di questa tesi analizzare la comunicazione dal punto di vista promozionale e tutti processi di marketing legati all'evento stesso.

L'argomento scelto per questa tesi è ovviamente molto vasto, in quanto le differenti tipologie di evento comportano delle differenze nella progettazione e nelle competenze coinvolte. Per questo motivo, ho limitato il campo della mia ricerca alla sola pre-produzione di tutti quelli eventi strettamente connessi con il mondo dell'*"entertainment"*.

E' stata condotta un'analisi diretta all'interno di due gruppi di lavoro di tipologia differente: Ing.entalmente s.r.l., team di produzione eventi operante soprattutto all'interno delle Officine Grandi Riparazioni di Torino, una struttura complessa e con differenti varietà di eventi; A.P.S. Visionary operante principalmente per un unico evento annuale su più città e con background universitario.

La tesi è articolata in sei capitoli: nel primo capitolo viene presentato lo scenario attuale del mondo degli eventi, si dà una definizione di che cosa è un "evento", se ne individuano le principali tipologie e si illustrano le macro-fasi comuni per la sua realizzazione. Nel secondo capitolo si identifica la struttura organizzativa minima adatta alla pre-produzione e si analizzano le diverse funzioni necessarie a svilupparlo ai fini di comprendere quali sono i singoli ruoli all'interno di un team. Il terzo capitolo si concentra

sull'analisi specifica del sistema di comunicazione adoperato in fase di pre-produzione, descrivendo le necessità dei profili coinvolti, le modalità, gli strumenti attualmente presenti e il linguaggio utilizzato, concentrandosi sull'analizzare punti forti e punti deboli. Il quarto capitolo presenta una intervista a tre direttori di produzione, al fine di individuare in maniera diretta quali sono i fattori e le problematiche comunicative. Il quinto capitolo si pone come obiettivo quello di presentare un prototipo di sistema funzionale per migliorare tutto il flusso di comunicazioni. Nel sesto capitolo, infine, si procede a commentare quanto esposto nei punti precedenti e si espongono le conclusioni.

Tutto lo studio presentato in questo lavoro è stato realizzato prima dell'avvento del periodo di *lockdown* causato dal Covid-19. Lo scenario di analisi riguarda gli eventi in presenza, ovvero tutte le manifestazioni che avvengono dal vivo e senza limitazioni e accorgimenti sanitari imposti dal ministero nel periodo post-pandemico. È presente, cioè, una "fisicità" preponderante all'interno del team, dove tutti gli elementi lavorano sinergicamente fianco a fianco, senza cioè avvalersi degli strumenti di comunicazione a distanza (quali, ad esempio, Zoom, Google Meet o Skype). In questo scenario tradizionale, seppur già esistenti, questi strumenti non venivano usati in maniera massiccia se non in casi particolari.

# Capitolo 1

## Stato dell'arte

I primi giochi olimpici si svolsero in Grecia e diventarono talmente importanti da far sì che ogni guerra in quel momento si interrompesse. I combattimenti tra gladiatori nell'antica Roma furono un momento ricreativo di notevole importanza per la plebe romana afflitta da gravi problemi esistenziali<sup>1</sup>. Il popolo degli Inuit, in Alaska, era solito riunirsi per festeggiare la fine della notte polare tramite un evento dove veniva messa in scena un dramma teatrale<sup>2</sup>. Questi sono alcuni dei tanti possibili esempi che ci dimostrano come, fin dall'antichità, gli eventi di vario genere abbiano costituito dei momenti di grande interesse e coinvolgimento per il più vasto pubblico.

Mentre in principio gli eventi venivano organizzati da sovrani e istituzioni pubbliche per la loro impresa politica, sociale e psicologica, oggi son anche le imprese che investono su diverse tipologie di evento.

Nell'era moderna, si organizzano quotidianamente, su diversi livelli, eventi di tutte le tipologie e dimensioni. Le imprese e le aziende private hanno compreso le potenzialità e l'impatto che un evento può avere e hanno iniziato ad investire nel settore. Così facendo, si è creato un vero e proprio mercato degli eventi. La ricerca *"Investire in cultura"* realizzata da Rsm-Makno per Impresa Cultura Italia-Confcommercio, presentata ad Umbria Jazz a Perugia nel 2019, rivela che gli imprenditori scelgono di investire in un evento culturale in quanto per ogni euro speso si riscontrano effetti economici positivi per oltre due euro e mezzo<sup>3</sup>. Le imprese scelgono la cultura e lo spettacolo perché stimolano l'economia e creano ricchezza nel territorio.

Dal punto di vista comunicativo, gli eventi promossi dalle imprese vengono utilizzati anche (e soprattutto) come nuovo strumento di marketing. Ad esempio, il lancio di un nuovo prodotto o servizio, la realizzazione di uno spazio espositivo o l'avvio di una nuova campagna promozionale possono trovare in un evento un fattore moltiplicativo in termini di visibilità riguardo un target specifico, con il fine di aumentare notevolmente i

---

<sup>1</sup> Per un approfondimento: Carcopino J., *"La vita quotidiana a Roma"*, Bari, Laterza, 1993

<sup>2</sup> "Gli eschimesi [...] erano soliti rappresentare un dramma per celebrare la fine della notte polare: la drammatizzazione dell'evento avveniva tramite un narratore che accompagnava gli attori ed il coro, composto da sole donne" - [https://it.wikipedia.org/wiki/Storia\\_del\\_teatro](https://it.wikipedia.org/wiki/Storia_del_teatro)

<sup>3</sup> Pirrelli M., "Investire in manifestazioni culturali rende, parola di imprenditore", *ilSole24Ore*, 18.7.2019

risultati in tempi ridotti. Gli eventi, così, si trasformano in strumenti di rinforzo del marketing di un prodotto o servizio di un'impresa<sup>4</sup>.

In questo primo capitolo il fine è quello di fornire una panoramica sullo stato attuale del mondo degli eventi, partendo dal confronto di alcune definizioni date da studiosi per poi illustrarne le diverse tipologie, arrivando a descrivere quali sono i passi fondamentali per la realizzazione di un evento.

## 1.1 Definizione di evento

Il termine deriva dalla parola latina *eventum*, ovvero “*avvenimento straordinario*”. Oggigiorno la parola evento è molto abusata e viene attribuita anche a cose che di straordinario hanno veramente poco.

In fisica, il termine *evento* è utilizzato per indicare ogni fenomeno che avviene in uno spazio così ristretto e in un tempo così breve da poterlo considerare caratterizzato da un punto nello spazio-tempo, cioè da quattro coordinate (tre su assi spaziali, uno su asse temporale).

Già con questa nozione scientifica possiamo andare ad inquadrare, ma non a definire, un qualsiasi evento culturale, sportivo o ludico. Ad esempio, una edizione *x* di un'Olimpiade avviene in un spazio ristretto (una città è uno spazio ristretto in confronto all'intero pianeta Terra) e in un tempo breve (5 giorni nell'antichità - un mese nell'era moderna, ogni quattro anni).<sup>5</sup> Ma, con questa prima definizione, anche un battito di mani può essere definito come evento, in quanto avviene in un determinato luogo ad istante preciso.

Numerosi esperti del settore hanno analizzato il fenomeno degli eventi da diversi punti di vista. Date le molteplici tipologie esistenti, la maggior parte degli studiosi ritiene che definire univocamente il concetto di evento sia impossibile. Per questo motivo, per giungere a dei risultati in termini di definizioni, si fa riferimento a specifici approcci e specifiche situazioni.

Donald Getz, professore di management all'università canadese di Calgary, conduce molteplici ricerche riguardanti questioni relative agli eventi. Getz afferma che, per definizione, un evento ha un inizio e una fine<sup>6</sup>. In questo modo, partendo dalla definizione data dalla fisica, il punto temporale si trasforma in un intervallo definito. Essendo definito in questo frangente, un evento è letteralmente irripetibile in quanto accade una sola volta. Getz sostiene, inoltre, che seppur siano presenti eventi simili in forma e struttura, saranno sempre differenti nell'esperienza. I partecipanti avranno aspettative, stati d'animo e attitudini sempre nuove.

---

<sup>4</sup> Per un approfondimento dal punto di vista del marketing di un evento si veda U. Collesei, F. Checcinato, M. Delle Carbonare (2014)

<sup>5</sup> 5 giorni in scala con quattro anni, in maniera approssimata, possono risultare un punto.

<sup>6</sup> Getz D., “*Event Studies. Theory, research and policy for planned events*”, Oxford, Butterworth-Heinemann, 2007

Ian McDonnell analizza gli eventi da un punto di vista differente. Egli afferma che, sia nel privato sia nel pubblico, le persone sentano il bisogno di segnare in modo tangibile qualcosa di importante che avviene nella loro vita. McDonnell ritiene infatti che gli eventi siano “*rituali specifici o celebrazioni*”<sup>[7]</sup>. Anche Joe Jeff Goldblatt è in accordo con McDonnell. Goldblatt, infatti, afferma che un evento sia “*riconoscibile in uno specifico momento temporale per l’intenzione e per i rituali svolti al fine di soddisfare bisogni*”<sup>[8]</sup>.

Di carattere relazionale è il pensiero di Lynn Van Der Wagen. Egli analizza il fenomeno evento come relazione all’interno di una comunità. Gli eventi risponderebbero al bisogno di una comunità di celebrare momenti o caratteristiche del proprio modo di intendere la vita o la storia <sup>[9]</sup>.

I primi ad analizzare le potenzialità comunicative di un evento sono stati Behrer e Larsson. Essi affermano che “*l’evento è un’attività che consente di raggiungere un target in un preciso luogo e tempo, una riunione dove si indirizzano dei messaggi e si svolgono attività ricreative.*” <sup>[10]</sup> Prendendo questa affermazione come punto di partenza, possiamo inoltrarci in una definizione più ampia proposta da Giampiero Vecchiato.

“Un evento è un’iniziativa di comunicazione complessa, circoscritta nel tempo, promossa da un’azienda/organizzazione per suscitare interesse, richiamare l’attenzione dei suoi pubblici/influenti e che prevede quindi la presenza/partecipazione diretta di un pubblico specifico, interessato ai contenuti esposti.” <sup>[11]</sup>

Per avere una visione più attuale, quando si pensa e si definisce un evento bisogna considerare soprattutto quali sono i bisogni e le necessità del consumatore postmoderno. Il consumatore appare sempre più interessato a considerare in termini di spettacolo i prodotti che consuma. Osserva a tal proposito Vanni Codeluppi che per l’individuo è sempre più importante l’esperienza fatta all’interno di un determinato luogo, la capacità di tale luogo “*di renderci diversi nell’attraversarlo e di produrre un’esperienza dopo la quale non siamo più noi stessi*”. <sup>[12]</sup> Un evento risulta quindi essere diventato un nuovo punto cardine nel processo di marketing, aggiungendo momenti di *esperenzialità* <sup>[13]</sup> al pubblico target.

Con il termine evento, quindi, possiamo andare ad indicare numerose attività e manifestazioni dalle caratteristiche differenti, svolte sia su un livello locale che su scala internazionale. Ma i veri requisiti fondamentali che poter parlare di evento vero proprio

---

<sup>7</sup> McDonnell I., Allen J., O’Toole W., “*Festival and special Event Management*”, J. Wiley, 2°ed., 2002

<sup>8</sup> Goldblatt J., “*Special events: best practices in modern event management*”, J. Wiley, 2°ed., 1997.

<sup>9</sup> Van Der Wagen L., “*Event management: for tourism, cultural business and sporting events*”, Pearson, 4°ed., 2010

<sup>10</sup> Citato in Cherubini S., Pattuglia S., “*Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*”, FrancoAngeli, 2007

<sup>11</sup> Vecchiato G., “*Relazioni pubbliche e comunicazione. Strumenti concettuali. Metodologia. Case history*”, FrancoAngeli, 2003

<sup>12</sup> Codeluppi V., “*Lo spettacolo della merce*”, Studi Bompiani, 2000

<sup>13</sup> Fabris G., “*Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*”, FrancoAngeli, 2003

sono la spettacolarizzazione e l'eccezionalità. Senza questi requisiti ci troveremmo di fronte a dei normali accadimenti pubblici o aziendali.

Un evento, come prima citato da Getz, ha una durata limitata nel tempo. Il fatto di avere un inizio ed una fine genera nell'utente una prima attrattiva. Questo avviene perché il pubblico non può fruire costantemente di una determinata esperienza, e sa di dover aspettare un preciso momento per poterne giovarsi. La partecipazione e il coinvolgimento emotivo dell'utente viene così notevolmente stimolato.

Per non diventare obsoleto e generare un maggiore *hype*, un evento non deve essere noioso e deve presentare un vero e proprio *show*. Più l'utente è inserito all'interno di questo spettacolo, maggiore sarà la sua esperienza e il suo coinvolgimento. Un evento deve, quindi, avere la capacità di evolversi e di rinnovarsi sia nei luoghi che nei momenti in cui avviene. Anche se ripetuto nel tempo, un evento non avrà mai le stesse identiche caratteristiche e, di conseguenza, risulterà unico nel suo genere.

Avendo durata limitata nel tempo e notevole bisogno di creare situazioni di *engagement*, ogni evento ha la necessità di essere programmato al meglio nei minimi dettagli.

La definizione più prossima ed esaustiva che racchiude tutti i contenuti precedentemente discussi è quella formulata nel 2006 dalla Consulta degli Eventi, organo nato da AssoComunicazione e, al momento, non più in attività:

“Con evento si intende una leva di marketing, emozionale ed esperienziale, coerentemente inserita nel piano di comunicazione, finalizzata a generare un orientamento positivo verso un marchio, prodotto, servizio, istituzione per mezzo di azioni costruite attraverso contenuti di comunicazione, spettacolo, interazione, contatto.”<sup>[14]</sup>

## 1.2 Tipologie di evento

Attualmente, esistono infinite tipologie di evento. Il limite risiede solamente nella fantasia di chi li progetta e nei problematiche tecnico/tecnologiche che si possono riscontrare. Questo implica una difficoltà nell'identificare e classificare le differenti tipologie di evento.

La necessità di etichettare un evento è maturata soprattutto dal bisogno dell'utente finale di avere un'idea chiara di cosa aspettarsi dall'evento stesso. Ogni evento, quindi, presenta una propria etichetta. Ma anche eventi con differente etichetta, al tempo stesso, possono adempire diverse funzioni, facilitare esperienze simili e possono avere diversi significati attorno ad essi.<sup>[15]</sup>

---

<sup>14</sup> Citato in Accattino A., *“The events master. Tecniche, parole, segreti e trucchi del mercato degli eventi”*, ADC Group, 2015

<sup>15</sup> Getz D., *op. cit.*

In questa analisi si considerano le tipologie che risultano maggiormente diffuse. È bene notare che, per alcuni eventi, si potranno verificare delle sovrapposizioni. Un evento, quindi, potrà essere collocato all'interno di due o più etichette.

I criteri utilizzati per distinguere gli eventi sono i seguenti:

- finalità e obiettivi di un evento;
- portata di un evento;
- natura dell'audience;
- canali di distribuzione e di marketing;
- stakeholder principali coinvolti;
- elementi chiave utilizzati per la messa in scena;
- ripetitività e durata.

### 1.2.1 Scopo e obiettivi

La prima domanda che un organizzatore di eventi si pone è la seguente: *“perché voglio organizzare questo determinato evento?”* Le risposte a questo interrogativo sono numerose. Vendere un prodotto. Lanciare una campagna di comunicazione. Raccogliere fondi. Produrre intrattenimento.

Gli obiettivi ai quali devono dare risposta gli eventi possono essere molto diversi tra di loro. Il raggiungimento di tali obiettivi è alla base del successo di qualsiasi evento. Gli eventi aziendali, ad esempio, rispondono ad un obiettivo di business e sono commercialmente motivati a realizzare meeting, conferenze ed esibizioni.

Un ruolo sociale può essere fondamentale nella costruzione di un evento, soprattutto se il fine è quello di agevolare l'aggregazione di comunità locali. Il palio di Siena, ad esempio, può essere considerato evento con un fine sociale. Durante l'intero anno i senesi, riuniti in contrade, si incontrano per progettare e preparare al meglio il famoso palio.

L'incremento di visitatori, l'inserimento di una cittadina all'interno di nuovi segmenti di mercato e la promozione di una stagione turistica sono solo alcuni degli obiettivi di marketing raggiungibili attraverso la creazione di un evento. Alcuni festival vengono realizzati *ad hoc* per far accrescere il turismo in un determinato luogo. Un importante evento italiano che richiama soprattutto attrazione verso una meta turistica specifica è il Festival di Sanremo. La manifestazione canora, attraverso il fascino che ha come evento culturale storico per la nostra nazione, richiama attorno a se numerosi turisti, anche grazie a numero attività corollarie sviluppatesi attorno. Di conseguenza, l'immagine del luogo ospitante è notevolmente migliorata, comportando benefici dal punto di vista degli investimenti di vario genere.

### 1.2.1.1 Evento mezzo / Evento obiettivo

Da un punto di vista organizzativo e in prospettiva di business, si può eseguire una prima sostanziale distinzione tra due tipologie di evento: *evento mezzo* e *evento obiettivo*.

Si definiscono *evento obiettivo* tutti quegli eventi che sono il fine ultimo delle attività di progettazione, organizzazione e realizzazione dell'avvenimento. Le imprese sono in genere sponsor, giocano quindi un ruolo di supporto economico alla realizzazione dell'evento e ne ricavano benefici in termini di immagine.

Si definiscono *evento mezzo* tutti quegli eventi che hanno come scopo quello di presentare un'attività secondaria. Le imprese coinvolte in questa tipologia di evento hanno un fine commerciale e comunicativo.

Anche in questo caso la separazione risulta non essere netta. A titolo di esempio, una partita di calcio può essere definita come evento obiettivo quando il fine è la vendita dello spettacolo a tifosi e sponsor. Allo stesso tempo, se l'obiettivo è quello di diffondere la cultura dello sport ai giovani ragazzi invogliandoli a fare attività fisica, rientriamo nella casistica di evento mezzo. È fondamentale la distinzione tra le due tipologie di evento soprattutto dal punto di vista economico: nel primo caso, la partita di calcio viene sostenuta principalmente dai partecipanti tramite il pagamento di un biglietto; nel secondo caso è l'azienda stessa a sostenere le spese in termini di sostegno dell'evento, attingendo al budget dedicato alla comunicazione e al marketing.

A titolo di esempio è riportata la **Tabella 1.1** realizzata da Collese, Checchinato e Dalle Carbonare nel libro “*Gli eventi. Come progettarli e realizzarli.*”

	Azienda	Ente / Organizzatore di Eventi
Commerciale / Comunicativo	Lancio prodotti Apertura punto vendita  (EVENTO MEZZO)	Lancio campagna abbonamento stadio Inaugurazioni  (EVENTO MEZZO)
Ludico	Cena aziendale Partita di beneficenza organizzata da grand sport  (EVENTO OBIETTIVO)	Partite Concerti  (EVENTO OBIETTIVO)

**Tabella 1.1** - I principali tipi di evento in relazione agli obiettivi.<sup>[6]</sup>

È di assoluta importanza che tutti gli obiettivi siano esposti in modo chiaro e che siano fra di loro coerenti, misurabili e accessibili, ovvero possano essere raggiunti dall'organizzazione.

<sup>16</sup> Collese U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., “*Gli eventi. Come progettarli e realizzarli.*”, FrancoAngeli, 2014

## 1.2.2 Dimensione

Una caratteristica importante per poter classificare gli eventi è la *dimensione*. Con questo termine si individuano il bacino di attrazione, il numero di partecipanti e la capienza massima del location.

Le dimensioni del bacino di attrazione vengono utilizzate per individuare il numero previsto di partecipanti in un evento rispetto al mercato di riferimento. Un evento può quindi avere interesse mondiale, continentale, nazionale, regionale e così via.

Il numero di visitatori è strettamente collegato con la capacità di attrazione che un evento può avere. È di primaria importanza stimare il flusso di persone presenti in evento soprattutto per poter organizzare al meglio tutti quegli aspetti relativi alla logistica e ai servizi forniti (posti a sedere, trasporti, catering, sicurezza, ecc.).

La location, ovvero il luogo fisico o virtuale<sup>[17]</sup> dove si svolge l'evento, deve presentare una capienza idonea alle aspettative di pubblico che vorremmo ottenere. Oppure, in base al numero di visitatori previsto si fa coincidere la scelta della location. Lo spazio in cui l'evento è distribuito deve essere attentamente valutato da specialisti del settore, in modo tale da avere dati certi riguardo capienza e fattibilità dell'evento stesso. Oltre all'evento "unico", svolto cioè in una sola data e in una sola location, è sempre più frequente imbattersi in eventi itineranti e ripetuti in modo più o meno analogo in diverse località (*tour* e *festival*).

Tutti questi tre elementi sono collegati e strettamente connessi tra di loro. In base a questi parametri, possiamo effettuare una macro suddivisione tra un *evento di grandi dimensioni* ed un *evento minore*.

Naturalmente, la dimensione di un evento è relativa. Ad esempio, un evento da 1000 persone può essere considerato grande per una piccola impresa, piccolo per una multinazionale.

### 1.2.2.1 Eventi di grandi dimensioni

Gli eventi di grandi dimensioni possono essere definiti come *mega eventi*<sup>[18]</sup> ed essi hanno generalmente una target a livello internazionale. Il dibattito sulla definizione di *mega evento* è ancora in atto. Getz afferma che non esistano parametri specifici per definire un mega evento <sup>[19]</sup>. Marris, in contrapposizione, sostiene che un evento con più

---

<sup>17</sup> Un evento trasmesso in streaming è pur sempre un evento. La presentazione ufficiale della monoposto Ferrari SF90 è stato un vero e proprio show-evento trasmesso in diretta streaming in tutto il mondo, dove gli appassionati e non si sono potuti collegare con Maranello. È importante mettere in piedi una struttura informatica adeguata in modo tale da consentire al maggior numero possibile di utenti di collegarsi in simultanea. La partecipazione a questo tipo di eventi è apparentemente passiva, in quanto l'utente guarda uno schermo e l'esperienza dell'evento viene vissuta con una connotazione differente dall'essere seduto in sala. In realtà, se l'utente inizia a twittare o a interagire in altro modo con i social l'esperienza passa da passiva ad attiva.

<sup>18</sup> Van Der Wagen L., *op. cit.*

<sup>19</sup> Getz D., *op. cit.*

di un milione di visitatori e costi superiori a 550 milioni di dollari può essere definito con l'aggettivo *mega* <sup>[20]</sup>. Sonia Ferrari, invece, definisce grande evento “*qualsiasi manifestazione con forte impatto almeno a livello continentale, se non mondiale*” <sup>[21]</sup>.

I Giochi Olimpici, la Coppa del Mondo di Calcio FIFA e il SuperBowl sono alcuni esempi di mega eventi. Il numero di partecipanti del SuperBowl del 2019, inteso sia come pubblico pagante sia inteso come pubblico televisivo, ha superato i 100 milioni <sup>[22]</sup>.

Il termine *mega* può anche essere usato per indicare eventi più piccoli. Con questo aggettivo si può indicare anche un qualcosa di straordinario e ad alto livello in termini di turismo, copertura mediatica, prestigio e impatto economico per la comunità, per la *venue* o per l'organizzazione ospitante.

Quando un evento viene sviluppato con queste caratteristiche, è molto probabile un intervento e un supporto di numerose agenzie governative.

### 1.2.2.2 *Eventi minori*

La maggior parte degli eventi, tuttavia, ricade nella categoria degli *eventi minori* ed è qui che quasi tutti gli organizzatori di eventi acquisiscono la propria esperienza.

## 1.2.3 Area di attività

Ogni evento è inserito all'interno di un'area di attività. Possono essere definite 10 macro-aree di attività:

### 1. Eventi rivolti a un pubblico interno (*Eventi Corporate e Business*)

L'obiettivo è quello di coinvolgere il personale presente all'interno di un'azienda o di un'istituzione, invitandolo a scoprire e a condividere un progetto in comune. In questo modo, i dipendenti possono sentirsi parte integrante delle attività svolte dall'azienda.

### 2. Eventi rivolti a partner commerciali (*Eventi Trade*)

La funzione è quella di far accrescere le occasioni di business. Sono eventi dove si esalta l'offerta commerciale di un prodotto o di un servizio, al fine di ottenere un ritorno economico a livello personale.

### 3. Eventi rivolti a un pubblico esterno (*Eventi Consumer*)

Si realizzano questo tipo di eventi al fine di attirare e conquistare nuovi interlocutori, fidelizzando così il mercato. Il consumatore è posto al centro di tutto il meccanismo,

---

<sup>20</sup> Citato in Accatino A., *op. cit.*

<sup>21</sup> Ferrari S., “*Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*”, CEDAM, 2012

<sup>22</sup> Secondo il sito [statista.com](https://www.statista.com), l'edizione del 2019 è stata guardata da circa 98.2 milioni di utenti solo negli Stati Uniti per mezzo televisivo. Il SuperBowl più guardato nella storia è stato quello del 2015, il quale ha avuto un'audience di 114.4 milioni di utenti durante la partita.

Fonte: <https://www.statista.com/statistics/216526/super-bowl-us-tv-viewership/> [accesso: 29 gennaio 2020]

puntando all'esperienza che esso fa all'interno dell'evento, al fine di costruire con lui relazioni stabili e durature. Il prodotto (inteso sia come bene materiale, come servizio che come territorio) viene avvicinato al consumatore attraverso una esperienza.

#### 4. Eventi a carattere celebrativo o spettacolare

Si basano sul linguaggio delle emozioni al fine di trasmettere dei messaggi o comunicare identità. Creano dei ricordi condivisi, al fine di rimanere nel tempo.

#### 5. Eventi a carattere inaugurale (*Grand Opening*)

Presentano a tutti i tipi di pubblico una nuova realtà economica e commerciale. Inoltre, caratterizzano l'immagine, l'identità e lo stile del prodotto o dell'azienda presentata.

#### 6. Eventi a carattere istituzionale e governativo

Celebrano le istituzioni o l'identità nazionale dando valore agli incontri e alle ricorrenze. Sono importanti leve di comunicazione e di consenso.

#### 7. Eventi a carattere politico o sociale

Si rivolgono direttamente alle masse in maniera esplicita riguardo valori politici, ponendo al centro delle attenzioni la figura del leader, dichiarando le proprie idee e il proprio stile unico e diverso da altri competitor.

#### 8. Eventi a carattere musicale o sportivo

Muovono masse e gruppi omogenei accumulati da una passione condivisa e dal desiderio di vivere emozioni forti.

#### 9. *Private Events*

Hanno l'obiettivo di produrre eventi dedicati ad una stretta cerchia di individui. Rappresentano spesso un'occasione di relazione e di business per un pubblico estremamente facoltoso.

#### 10. *Special Events*

Coniato da Robert Jani, Responsabile Relazioni Esterne di Disneyland, nel 1995: "*special event is that which is different from a normal day of living*" [23]. Il termine viene utilizzato per identificare tutti gli eventi caratterizzati da un elevato livello di investimenti, visibilità, esclusività, numero di spettatori.

### 1.2.4 Forma

Un'altra importante distinzione riguarda il *genere di attività* che viene svolta durante l'evento. La tipologia è relativa alle caratteristiche intrinseche della manifestazione, strettamente legata con la finalità.

La forma che dovrebbe avere un evento è tra le preoccupazioni principali che ha un *event planner* o un *designer*. La tipologia può essere anche usata come punto di partenza nella costruzione di un evento.

---

<sup>23</sup> "Un evento speciale è un qualcosa di diverso da un normale giorno di vita". Citato in Accatino A., *op. cit.*, pp. 18

Si possono individuare numerose tipologie di evento, anche se oggi la maggior parte di queste suddivisioni tende a sovrapporsi o ad essere ibridati in nuovi modelli. Nella **Tabella 1.2** viene riportata una sintesi fatta sulla base del lavoro di suddivisione svolto da Alfredo Accatino [24] relativo ad alcune tipologie di eventi, suddivise per aree principali..

---

<sup>24</sup> Accatino A., *op. cit.*, pp. 25-28

EVENTI CORPORATE e BUSINESS	
Dealers Convention, Kick Off, Strategic Meeting	Meeting tecnici, Workshop
Celebrazione/Anniversario/Premiazione	Roadshow di comunicazione interna, Assemblea Annuale
Lancio di prodotto, che di solito contiene al suo interno più momenti distinti: Convention, Esposizione prodotto, Test, Cena di Gala	Presentazione del Bilancio agli azionisti
	Annual Dinner / Christmas Event
EVENTI CONSUMER	
Eventi itineranti <i>Tour, Roadshow, Opening, Workshop</i>	Marketing alternativo <i>Street Marketing, Guerrilla, Buzz,</i>
Lancio di prodotto <i>Show, Spettacoli in piazza, Presentazioni, "Porte Aperte", Installazioni</i>	<i>Product Placement, Sampling, Installazioni, Azioni web, Viral, Flash-Mob</i>
Instore Promotion	Sponsorizzazioni - attività di supporto
EVENTI MEDIA e PR	
Conferenze stampa	Eventi Pr <i>eventi culturali, party, aperitivi, feste a tema, anteprima, cena di gala, premiazioni</i>
Medie Event	
Opend Day	Charitiy
Media Travel	<i>Evento no-profit, Aste di beneficenza, Green Events</i>
ORGANIZZAZIONE CONGRESSUALE	
Organizzazione di congressi a carattere scientifico, tecnico o culturale	Seminario
Convegni e Tavole Rotonde	Meeting di partito
Grandi eventi a carattere istituzionale e governativo	Format innovativi (es. TEDx)
EXPO e FIERE	
Stand Fiera <i>Allestimento e Progetto di animazione</i>	Allestimento museale
	Installazione
Mostra/esposizione	Temporary Shop

GRANDI SHOW	
Cerimonie di apertura e di chiusura per grandi eventi sportivi o istituzionali	Show parchi tematici
Celebrazioni di Stato o Città	Show diffusi su territorio
	Grande lancio di prodotto
SPETTACOLI ed EVENTI PUBBLICI	
Spettacoli di piazza	Incontri collettivi a carattere religioso o politico
Grandi eventi cittadini	Eventi a forte connotazione charity o sociale
Concerti e Music Festival	Parate
Esibizioni	Feste Tradizionali o Sagra
Festival e Rassegne	Celebrazioni / Rievocazione Storica
FASHION	
Sfilate di moda	Mostra della Griffe e ShowRoom
Antepreme ed eventi PR	Festival Fashion
PRIVATE EVENTS	
Eventi a carattere privato e celebrativo ( <i>matrimoni, fidanzamenti, compleanni, ricorrenze</i> )	
ENTERTAINMENT	
Show Permanente	Tematizzazione spazio pubblico
Resident Show	Live Performances
Daily Show	Game / Attrazioni Permanenti / Live Games
EVENTI CULTURALI	
Animazione negli spazi museali e archeologici	Progetti di animazione culturale
Organizzazione di Festival e Rassegne	Reading
Installazioni di arte contemporanea	Study Tour
EVENTI SPORTIVI	
Campionati, Manifestazioni, Eventi	Attività di Venue Management
Cerimonia di apertura e di chiusura	Medal Plaza e Cerimonia di Premiazione
Viaggio dei Simboli	<i>Meno 100 e count-down</i> Meno 1
	Eventi sportivi collettivi organizzati in aree urbane e extraurbane

EVENTI POLITICI	
Manifestazioni itineranti espressione di pensiero o ideologie politiche	Sit-in e manifestazioni di protesta
Convention Politiche e Congressi	Format di comunicazione politica
Parades e cortei	Feste
EVENTI TELEVISIVI	
Diretta televisiva o streaming	Evento televisivo collegato all'evento
Gala	Casting
EVENTI EDUCATIONAL	
Progetti educativi o di responsabilità sociale ( <i>edutainment</i> )	
Progetti di animazione kids all'interno di altri eventi	
EVENTI MUSICALI	
Concerti in aree dedicate	DJ Contest
Concerti di Piazza	Eventi Dance
Festival e Raduni	Eventi collettivi ( <i>capodanno, primo maggio, ecc.</i> )

**Tabella 1.2** - Tipologie di evento in base alla forma, suddivise per aree principali di interesse.

### 1.2.5 Durata

In prima istanza, come discusso precedentemente all'inizio del capitolo, un evento è *temporalmente circoscritto*, ovvero ha un inizio e una fine stabilita.

Un evento può avere durata molto varia. Si parte da alcuni minuti sino ad arrivare ad alcuni giorni. Un flash-mob dura pochi minuti, un festival dura alcuni giorni, un campionato mondiale di calcio dura un mese, una mostra d'arte dura alcuni mesi.

Il momento di realizzazione di un evento, in una data stabilita dell'anno, risulta essere di rilevata importanza dal punto di vista dell'organizzazione della manifestazione, dell'impatto sul territorio e delle possibili implicazioni turistiche. La cadenza di un evento va di pari passo con la sua durata. Per gli organizzatori è importante evitare coincidenze con altre manifestazioni importanti o con momenti di alta stagione turistica, in quanto potrebbero subentrare problemi di eccessive presenze con conseguenti disservizi.

## 1.2.6 Target e pubblico di riferimento

Un evento deve avere un target di riferimento. Il target è individuato in base principalmente alla finalità assunta dall'evento stesso, ma anche a criteri socio-demografici. Ad esempio, un evento sportivo può essere destinato non solo ai tifosi, ma anche ad allievi, juniores, liberi e seniores di una data disciplina. Oppure, l'evento può essere destinato ai soli ragazzi *under 18* di una scuola in una specifica città in procinto di scegliere un'attività extra-curricolare.

Al fine di soddisfare al meglio i partecipanti, si esamina la figura del destinatario in base alle esigenze del mercato: che cosa si aspetta, da chi è composto, dove e come si può raggiungerlo per informarlo dell'evento.

La domanda potenziale viene successivamente scomposta in sotto-tematiche per ottenere maggiore omogeneità nelle richieste che verranno poi soddisfatte. Inoltre, ad ogni sotto-tematica viene assegnata una priorità, al fine di scalettare le esigenze del pubblico di riferimento.

Un'ulteriore distinzione si può fare tra eventi con pubblico pagante ed eventi con ingresso libero. Tale scelta incide direttamente sul pubblico e influenza determinati costi.

Gli eventi possono ancora distinguersi in base alla tipologia di accesso del pubblico. Un evento può definirsi *privato* quando l'accesso è limitato a determinate persone, oppure può definirsi *pubblico* quando l'evento è aperto a chiunque. Erroneamente si potrebbe pensare che un concerto con biglietto a pagamento possa essere considerato un evento privato, in quanto solo i possessori di biglietto hanno la facoltà di accedere. È bene sottolineare che un concerto, seppur a pagamento, è definito come evento pubblico in quanto tutti hanno la possibilità di acquistare un biglietto e, quindi, di accedervi.

Per quanto riguarda gli eventi aziendali è possibile suddividere il pubblico di riferimento in due categorie: *interni* ed *esterni*. Le imprese tendono a coinvolgere entrambi i pubblici in un unico evento. Alcune tipologie di evento, come meeting o assemblee, sono però circoscritte ad un solo pubblico interno all'azienda. Una fiera, una presentazione di un prodotto o un congresso possono invece avere un target di riferimento esterno all'azienda.

## 1.2.7 Risorse finanziarie

Un evento richiede un team di produzione qualificato che lavori a tutti i suoi vari aspetti. Più un evento è complesso, più figure qualificate entrano in gioco nell'organizzazione. Il team che realizza un evento può essere pubblico (ente, ministero, regione), privato (azienda o associazione) o misto, mettendo in condivisione risorse ed esperienze.

Dal punto di vista finanziario, le risorse allocate sono direttamente correlate con il tipo di manifestazione, con la finalità dell'evento e con i soggetti coinvolti in tutti i processi di realizzazione. Le risorse finanziarie di un evento possono essere quindi pubbliche o private.

In base al tipo di evento, le risorse finanziarie possono dipendere anche direttamente dal target di riferimento mediante il pagamento di un biglietto di ingresso. In questo caso, avremo un evento con finalità di profitto. In maniera opposta, per eventi no-profit, il sostentamento finanziario verrà dato da enti pubblici o da sponsorizzazioni private.

## 1.3 Come si realizza un evento

L'organizzazione di un evento è un processo molto complesso. Entrano in gioco differenti figure professionali ed è necessario coordinare al meglio diverse aree di lavoro. Nelle varie fasi in cui si articola l'attività di progettazione e finalizzazione di un evento si rende necessario portare a termine numerose funzioni tecniche, logistiche, comunicative ed economiche<sup>25</sup>. La complessità deriva non solo dall'esigenza di coordinare adeguatamente questi reparti, ma anche dal fatto di dover adattare continuamente il processo produttivo sia durante la fase di pre-produzione sia durante l'evento stesso. Molto spesso capita di imbattersi in problemi di varia natura e che, spesso, sono indipendenti da chi organizza l'evento (un evento che si svolge all'aperto può imbattersi in un clima non favorevole alla corretta esecuzione delle attività in programma).

Per realizzare al meglio un evento, è necessario sviluppare attentamente una serie di passaggi. Le fasi di lavoro si possono scomporre in quattro momenti chiave:

- *Fase preliminare* dove si esegue un'attenta pianificazione degli obiettivi, del target e delle modalità per procedere alla finalizzazione;
- *Fase operativa* in cui devono essere curati tutti gli aspetti riguardanti l'organizzazione, la gestione e la logistica;
- *Evento*
- *Post-evento*, fase dove si analizzano i risultati e si attivano e consolidano le relazioni con i partecipanti.

È bene sottolineare che quanto segue non è una guida per realizzare un evento perfetto. La realizzazione di un evento comporta un lavoro di gruppo che si muove su linee parallele e molto spesso, all'interno delle varie fasi, non si ha una sequenza ordinata di step di lavorazione.

### 1.3.1 Fase preliminare

Il primo step riguarda la definizione di uno o più obiettivi da assegnare all'evento. Come analizzato nel *paragrafo 1.2.1* esistono diversi scopi: comunicazione, promozione, *brand awareness*, ecc. Di conseguenza, si delinea il profilo del target di riferimento, sia per stimare il potenziale sia per predirne il numero dei partecipanti, sia infine per stabilire i

---

<sup>25</sup> Cherubini S., Iasevoli G., "La misurazione del valore degli eventi", in Cherubini S., Bonetti E., Iasevoli G., Resciniti R., "Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici", FrancoAngeli, 2009

caratteri che dovranno contrassegnare l'evento in questione. È buona norma analizzare cosa il mercato già propone, andando ad individuare eventuali *competitor*.

Una prima scelta da effettuare riguarda il prodotto. L'evento è un mix di servizi che deve essere garantito nella qualità e nei tempi ottimali per il successo<sup>[26]</sup>. In questa fase si delineano numerose strategie inerenti al mondo del marketing, le quali non sono oggetto di questo elaborato. In questa sede è importante sottolineare che vi è la necessità di elaborare una strategia dell'evento in contemporanea a quella di marketing e comunicazione, per poi passare al piano di marketing dell'evento stesso.

Dopo questa prima analisi, si procede con l'individuazione e l'ideazione di un *concept*, ossia di un'idea descritta in termini generali<sup>[27]</sup>. In linea di massima, un'idea per un evento può scaturire da manifestazioni già esistenti, da format già realizzati e disponibili sul mercato oppure può essere una creazione originale.

Un concept di un evento dovrebbe rispondere alle 5W, cioè a quesiti relativi a cinque sotto-ambiti: *Why? Who? When? Where? e What?* <sup>[28]</sup>. La prima domanda serve a definire se l'evento è di tipo obiettivo o di tipo mezzo<sup>[29]</sup>. Le altre domande riguardano il tipo di pubblico, il periodo in cui l'evento si svolge, le caratteristiche che la location dovrebbe possedere, quale sarà il contenuto e il tema specifico dell'evento.

Il tema dell'evento sarà condizionato e a sua volta condizionerà inevitabilmente gli altri quattro fattori. Il budget potrebbe essere usato come vincolo ma non dovrebbe essere usato come elemento da cui dipende esclusivamente il tutto.

Per quanto riguarda il periodo di svolgimento, è fondamentale evitare sovrapposizioni con altri eventi o periodi dell'anno in cui il pubblico è orientato su altre diverse attività. È da tenere in considerazione, inoltre, una probabile saturazione dei vari servizi a disposizione degli utenti, come parcheggi, alberghi, ristoranti, ecc.

Definite queste caratteristiche, si sceglie la location che meglio soddisfa i requisiti richiesti. Nella scelta del luogo bisogna tenere in considerazione ulteriori parametri come l'accessibilità, la raggiungibilità (ovvero se ci sono mezzi pubblici per arrivarci o se il pubblico riesce ad arrivarci comodamente in auto) e la presenza di parcheggi, al fine di non prevedere costi addizionali. Un altro parametro da non sottovalutare è la dimensione, la quale deve essere proporzionale al numero di partecipanti. Una sala troppo piccola comporta problemi di ordine pubblico e di sicurezza, una sala troppo grande comporterebbe dispersione o, ancor peggio, veicolerebbe messaggi sbagliati, non permettendo di creare la giusta atmosfera. Per evitare errori, è bene pensare ad uno spazio rispetto allo scenario peggiore (pioggia, neve, sole, caldo, freddo) in modo tale da valutare se si possa correre o meno il rischio di effettuare l'evento.

---

<sup>26</sup> Collese U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

<sup>27</sup> Getz D., *op. cit.*

<sup>28</sup> Goldblatt J., *op. cit.*

<sup>29</sup> Vedi *paragrafo 1.2.1.1.*

Infine, è sempre opportuno avere un *backup*, un piano di emergenza nel caso in cui la location non fosse disponibile o non agibile.

In relazione al *concept*, si definisce la durata, ovvero il numero di ore o di giorni in cui l'evento si svolge.

Le caratteristiche sopra descritte compongono lo scheletro dell'evento. Con esso, l'organizzatore identifica le varie fasi principali di lavorazione e delinea le figure professionali interne ed esterne coinvolte, necessarie per la corretta riuscita. Inoltre, si inizia la parte di marketing relativa alla comunicazione verso l'esterno dell'evento, pur non disponendo di dettagli esaustivi.

Anche in questo caso lo scheletro dell'evento avrà dei vincoli di budget, che spesso hanno come risultato la riduzione delle attività in programma.

Partendo da queste idee e da queste caratteristiche relative al progetto, si esegue un'analisi della fattibilità. Per prima cosa, da un punto di vista tecnico-logistico, si analizzano concretamente le possibili risorse umane coinvolte e la disponibilità fisica della location prescelto rispetto la data prestabilita. Sul fronte economico, si analizza l'*appeal* che l'evento può avere rispetto al target prefissato. Inoltre, si esegue una stima dei costi generati dall'evento (*service* tecnici, affitto location, costi organizzativi, logistici e di comunicazione) e ricavi che si presume di ottenere (incassi relativa alla vendita di biglietti, sponsor, ecc.). Non è facile stimare con precisione il delta costi-ricavi, in quanto l'evento non è stato ancora dettagliato e non si conoscono tutte le singole voci di spesa. Ad esempio, è presente una componente aleatoria relativa al successo dell'evento dettata dalla vendita dei biglietti, dai ricavi del *merchandising* o dalla partecipazione di sponsor. Inoltre, molti contratti con terzi possono subire delle contrattazioni difficili da prevedere oppure si presentano costi extra in fase di evento dovuti a piccoli o grandi errori commessi in fase di progettazione.

### 1.3.2 Fase operativa

La fase operativa è incentrata sulla pianificazione di tutte le attività che si svolgeranno durante l'evento. La progettazione tecnica e il piano di marketing costituiscono i due punti di partenza per lo sviluppo di tutto il progetto. Le due aree principali si muovono su binari paralleli e vengono sviluppate in contemporanea.

Al fine di coordinare al meglio tutti i tempi di lavorazione delle singole attività, si pianifica una strategia: un piano di azioni concepito e disegnato per raggiungere un particolare obiettivo<sup>30</sup>. È composto di due fasi: una fase di creazione ed una fase di implementazione. Nella prima si definisce la cosa migliore da fare in modo tale da poter ottimizzare tutta la struttura organizzativa. Nella seconda fase si traduce in pratica quanto pensato. La creatività viene tradotta, cioè, in una sequenza di singole attività in cui si articola tutta la progettazione con le relative tempistiche di esecuzione. Secondo Bove, una strategia è composta da cinque fasi: visione, missione, definizione, pianificazione ed

---

<sup>30</sup> Bove A., "Strategic Planning. Come definire, pianificare ed eseguire una strategia di business vincente", Hoepli, 2011

esecuzione. Un evento può essere anche visto attraverso questa definizione. *Visione* corrisponde con il *concept*, *missione* riguarda gli obiettivi preposti, *definizione* riguarda cosa si vuol fare durante l'evento, *pianificazione* equivale alla fase operativa, ed *esecuzione* è l'evento stesso. La strategia viene applicata a differenti livelli, partendo da quello generale fino ad essere declinato su livelli inferiori. Ogni singola suddivisione ha una propria strategia dovuta all'unicità del settore nel quale opera, ma trova comunque un allineamento con quella generale creando un corpo unico che porta tutto il progetto e tutto il team di lavoro verso un unico obiettivo.

Durante la fase di progettazione ci si avvale di strumenti di progettazione, come le mappe, i rendering 3D delle scene o la planimetria con la disposizione dei vari elementi di arredo. Ci si avvale anche di alcuni strumenti di pianificazione più tecnici, quali diagrammi di Gant<sup>[31]</sup>, scalette delle attività e/o check-list.

In sostanza, si devono individuare le diverse attività necessarie per permettere l'esecuzione dell'evento, i tempi richiesti da ogni attività così da poter individuare il percorso critico definito dalle attività che non ammettono slittamenti temporali<sup>[32]</sup>.

Il team di produzione di un evento, durante questa fase, sviluppa tutte le singole attività in modo esaustivo ed efficiente (ad esempio il disegno dell'illuminotecnica necessaria, l'avvio della vendita di biglietti, l'organizzazione del personale antincendio, ecc.). La produzione si sofferma anche su particolari situazioni critiche che si possono riscontrare in sede di progettazione, le quali possono compromettere l'evento stesso. Ad esempio, se un evento prevede un complesso sistema illuminotecnico con numerosi proiettori e fari montati in quota in una sala, un ritardo dovuto ad un inadeguato numero di *riggers*<sup>[33]</sup> o alla mancanza di piattaforme aeree sufficienti per la corretta installazione potrebbe compromettere notevolmente il tempo a disposizione per eventuali prove o puntamenti, provocando, così, un danno nell'esibizione di un momento dello show.

È buona norma predisporre un *contegy plan*, un piano per risolvere eventuali momenti critici verificabili durante la fase di esecuzione dell'evento.

Contemporaneamente alla pianificazione delle attività, vengono identificati i responsabili di ciascun compito. In questo modo, si definisce la struttura organizzativa, includendo anche il personale necessario a completare tali mansioni. Si definisce un "manuale operativo" dove vengono raccolte tutte le informazioni necessarie a ciascun attore affinché possa svolgere al meglio il proprio ruolo. Ogni singolo settore avrà, quindi, schemi da seguire, piani da attuare o programmi da far rispettare.

Dopo aver individuato tutti gli elementi presenti nella struttura organizzativa, si dettaglia il budget stanziato per l'evento. Si calcola, così, in maniera più specifica il delta

---

<sup>31</sup> Per una descrizione operativa del diagramma di Gant si veda il **capitolo 5**.

<sup>32</sup> Collesei U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

<sup>33</sup> Un *rigger* è un tecnico specializzato a operare con cavi a grandi altezze. Deve conoscere bene leggi della meccanica e deve garantire la totale sicurezza ai *performers* e agli spettatori, oltre che a se stesso, essendo costretto a lavorare spesso in situazione estreme. *Rigger, carpenter e elettrician* (carpentieri ed elettricisti) fanno parte del personale specializzato che opera dietro le quinte del palco: gli *stagehands*.

di costo, il ricavo, il fabbisogno finanziario complessivo, budget extra per imprevisti e i costi fissi del personale.

La fase si completa con l'analisi dei rischi. Si individuano i diversi fattori a rischio che potrebbero compromettere l'evento. Ad esempio, si valuta il personale antincendio presente in sala durante la manifestazione, pronto ad entrare in campo in caso di rischio sia agli addetti ai lavori sia al pubblico partecipante. Si predispongono, quindi, piani di prevenzione e opportune coperture assicurative, per essere in grado di gestire i momenti di crisi dal punto di vista organizzativo e delle risorse economiche.

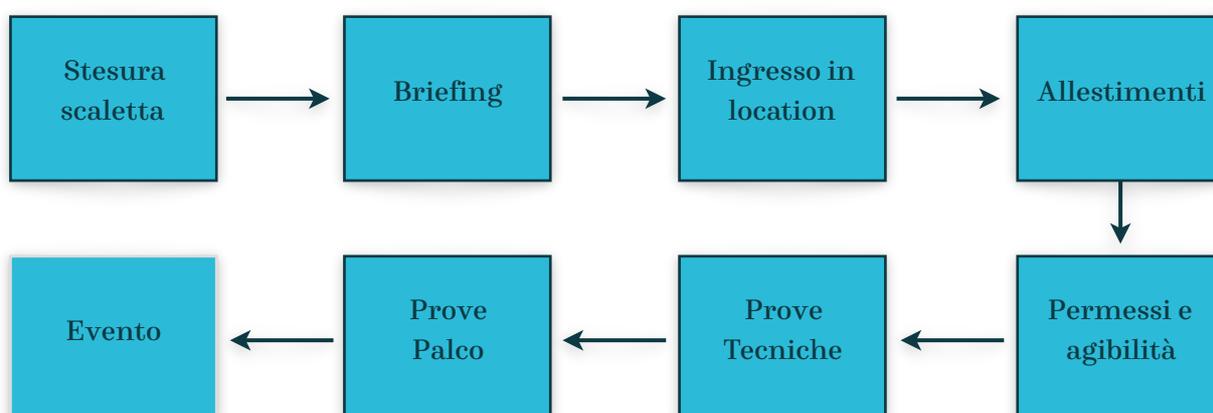
### 1.3.3 L'evento

L'esecuzione del piano è la prima fase eseguita a ridosso dei giorni dell'evento. Si definiscono gli ultimi aspetti relativi al personale e agli eventuali fornitori esterni chiamati a collaborare all'evento. Si individuano le responsabilità decisionali in fase di evento e si istruiscono i vari attori coinvolti riguardo i sistemi di comunicazione utilizzati.

È di fondamentale importanza che qualsiasi imprevisto verificatosi in evento sia prontamente individuato. L'operatore che se ne accorge deve saperlo comunicare tempestivamente al competente di turno, deve sapere con quali tempi intervenire e quali procedure eseguire.

La comunicazione di tutte le norme è di fondamentale importanza sia per la riuscita dell'evento sia per il rispetto delle norme di sicurezza. Il pubblico non dovrebbe accorgersi che c'è qualcosa che non va. Tutte le persone coinvolte nella realizzazione dell'evento dovrebbero riuscire a non far vedere le problematiche che possono accadere, dovrebbero risolvere i problemi stando nell'ombra, a meno che non si tratti di situazioni di interesse collettivo, come una situazione di emergenza.

Nella **figura 1.1** viene riportata una catena di attività consequenziali effettuate a ridosso un generico evento.



**Figura 1.1** - Esempio di catena delle attività svolte a ridosso dell'evento

### 1.3.4 Il post-evento

Il post-evento consiste in due fasi: la *consuntivazione* e la *valutazione post-evento*.

Nella fase di consuntivazione si tirano le somme. Tutte le informazioni qualitative e quantitative che hanno caratterizzato l'evento si calcolano e si analizzano. Quantitativamente si calcolano i costi e i ricavi definitivi e si definiscono i "numeri" relativi all'evento intesi come numero di partecipanti, agenzie di stampa coinvolte, problematiche emerse in termini di ritardi, difformità ed eventuali costi extra, ma anche soluzioni adottate e grado di risoluzione ottenuto. Qualitativamente si analizza il livello di *engagement* del pubblico coinvolto, gli spazi ottenuti sui media, i contatti ricevuti sui social o su diversi siti, il grado di soddisfazione del pubblico in riferimento al *merchandising* e ai servizi offerti. È buona norma collezionare tutti i materiali multimediali disponibili al fine di rimanere in contatto con eventuali sponsor e partner dell'evento.

Nella fase di valutazione post-evento, in prima battuta, si valuta come ha funzionato la macchina organizzativa, se ci sono aree di miglioramento, se ci sono stati disservizi importanti o problemi tecnici compromettenti. Anche il comportamento degli artisti, del conduttore o dei moderatori coinvolti rientrano in questo quadro di valutazione. Una seconda valutazione si effettua in relazione al conseguimento degli obiettivi prefissati nella fase preliminare. Segue una valutazione economico-finanziaria (*ROI - Return Of Investment* o *ROO - Return On Objectives*<sup>34</sup>) ed una valutazione della *customer satisfaction* del pubblico target. Tutte le valutazioni di varia natura relative all'evento sono utili per ottenere il quadro più generale possibile dei risultati ottenuti dall'evento.

Infine, si organizza un incontro di *debriefing* sull'esperienza condivisa con tutti gli organizzatori o gli eventuali clienti, per capire le aree migliorabili e analizzare le criticità.

---

<sup>34</sup> Per un approfondimento si veda Bove A., *op. cit.*

# Capitolo 2

## La struttura organizzativa

Un qualsiasi evento deve essere pianificato, gestito, verificato e organizzato in modo efficiente e puntuale. Per realizzare un evento è necessaria una struttura organizzativa ben definita la quale, oltre a tale compito, porta a termine tutti gli obiettivi prefissati.

### 2.1 Premessa

Prima di iniziare a identificare le strutture comuni e le figure professionali fondamentali, è bene distinguere due situazioni che si possono verificare.

Un evento può essere *direttamente organizzato* da membri di una stessa azienda, di un ente pubblico o di un'associazione. Numerose aziende al loro interno hanno un reparto dedicato alla creazione di attività interne o alla progettazione di eventi rivolti al pubblico esterno. Le manifestazioni di questo tipo possono rientrare nel settore comunicazione e marketing. Un evento può anche essere organizzato da un'associazione. Ad esempio, l'associazione Visionary ha come obiettivo la realizzazione dell'evento Visionary Days. Attraverso una esperienza diretta all'interno di questo gruppo, ho constatato che un unico team di lavoro può lavorare a 360° su un evento, andando a coprire tutte le varie aree, dall'ideazione all'esecuzione, dalla promozione alla progettazione tecnica, dal *fundraising*<sup>[35]</sup> al marketing.

Un evento può essere *organizzato da terzi*. Un'agenzia creativa o un'agenzia specializzata in organizzazione eventi può, per conto di un committente esterno alla struttura organizzativa, progettare e mettere in piedi una manifestazione da zero o in minima parte. Attraverso l'esperienza svolta da tirocinante all'interno dell'azienda Ing.entilmente, ho potuto constatare questa seconda modalità di lavoro. Ing.entilmente si occupa di produzione di eventi, coprendo tutti quegli aspetti riguardanti il coordinamento, la segreteria organizzativa, la logistica, la sicurezza, la supervisione del budget e la progettazione tecnica. In questo capitolo ci si soffermerà esclusivamente sull'analisi delle figure professionali presenti all'interno di questo team di produzione, oggetto di questa tesi.

Per avere un quadro completo, è bene sottolineare che tra questi due estremi si possono trovare numerose forme *ibride* dove alcune parti di un evento sono organizzate

---

<sup>35</sup> Il *fundraising* è l'azione di raccogliere soldi per sostenere o finanziare qualche progetto o causa, spesso per attività a scopo sociale, anche da enti e servizi pubblici o da aziende.

direttamente mentre altre vengono svolte da terzi. Un evento può anche essere organizzato da un'unica agenzia che si appoggia ad altre agenzie per svolgere determinate mansioni.

## 2.2 La struttura organizzativa tipo

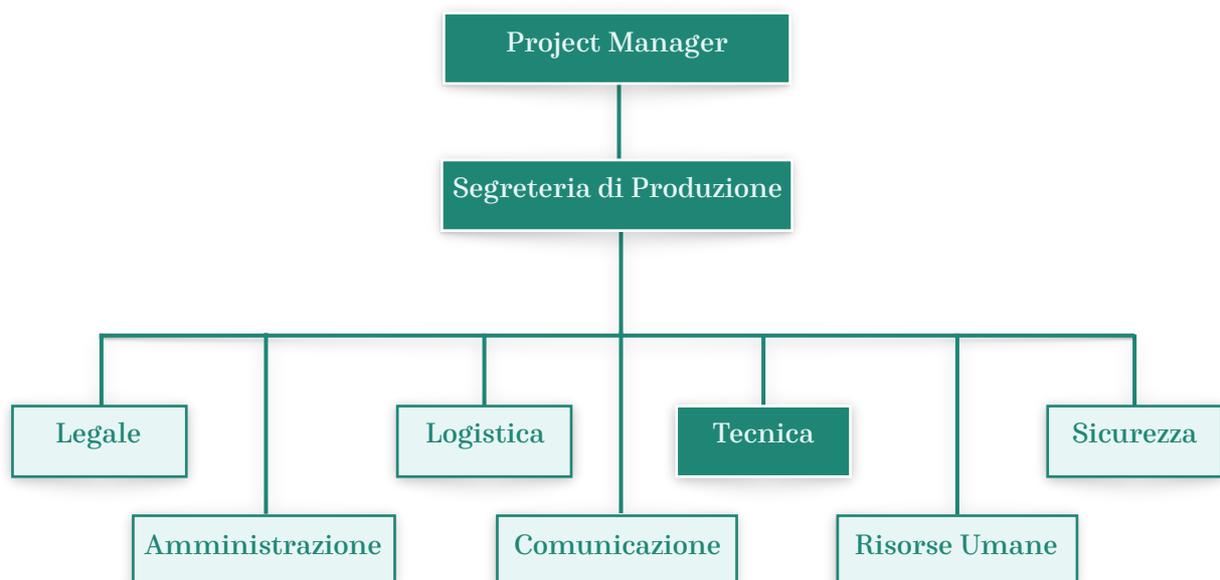
Collesei, Checchinato e Dalle Carbonare danno la seguente definizione di struttura organizzativa di un evento:

“[...] un insieme di persone che lavora in modo sistemico, sinergico e coordinato, orientate ad un comune obiettivo, ciascuna responsabile del proprio operato e pienamente cosciente dell'impatto che questo avrà sul risultato finale dell'evento.”<sup>[36]</sup>

Utilizzando una metafora, un evento può essere paragonato alla visualizzazione di un'ora di un orologio. L'ora rappresenta l'evento, l'orologio la struttura organizzativa. Tutti gli ingranaggi posti all'interno rappresentano i vari componenti del gruppo di lavoro. Ogni ingranaggio ha una sua funzione e l'insieme degli ingranaggi permette il corretto funzionamento dell'orologio. Se uno di questi ingranaggi si ferma, a risentirne sarà l'intero orologio, il quale non potrà rappresentare correttamente l'orario.

Non esiste una struttura organizzativa predefinita per quanto riguarda il mondo degli eventi. I componenti sono individuati da chi gestisce l'evento in base alle necessità che l'evento stesso richiede.

Sulla base dell'esperienza acquisita durante il tirocinio, si stila una linea guida per l'individuazione di una struttura organizzata “tipo”, individuata nella **figura 2.1**.



**Figura 2.1** - Organigramma tipo di una struttura organizzativa di eventi

<sup>36</sup> Collesei U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

Al vertice di questo organigramma troviamo il *project manager*, ovvero il coordinatore di tutto il progetto. In alcuni casi questo ruolo può coincidere con il committente, ossia con chi finanzia l'evento. Nella realtà spesso accade che il committente sia esterno al team di produzione. Nonostante ciò, tutte le decisioni fondamentali relative all'evento dovranno essere approvate dal committente in maniera diretta. Tutte le caselle sottostanti riguardano membri dello staff suddiviso per funzione.

Nei box più scuri troviamo le funzioni che assicurano lo svolgimento effettivo delle attività principali dell'evento. Generalmente, oltre alla funzione tecnica, sono previste anche una funzione relativa alle attività accessorie ed una relativa alle attività satellite. La funzione tecnica costituisce il nucleo dell'evento. Le attività accessorie rendono l'evento più appetibile in termini di esperienza utente e in termini di spettacolo. Le attività satellite, ovvero tutte quelle attività che avvengono in maniera parallela all'evento *core*, hanno lo scopo di accrescere il valore totale percepito della manifestazione.

All'interno di questa organizzazione tipo si denota una principale differenziazione tra funzioni a *ruolo fisso* e funzioni a *ruolo variabile*. Le funzioni standard che fanno le stesse cose e che sono uguali a prescindere dal tipo di evento rientrano nel campo delle funzioni a ruolo fisso. Le funzioni a ruolo variabile, invece, sono strettamente connesse con la tipologia di evento trattato e per il quale sono necessarie competenze specifiche. Per esempio, la funzione tecnica ricade nel campo delle funzioni a ruolo variabile. In un festival musicale potrà avere funzione di coordinamento tra le *band*, organizzando i cambi-palco e predisponendo tutto il necessario affinché il gruppo musicale possa suonare correttamente. Oppure potrà avere ruolo di "direzione artistica", selezionando gli artisti che si esibiranno e creando un palinsesto musicale.

La struttura tipo di un evento è un punto di partenza per la definizione di una struttura organizzativa. In base alle necessità richieste dalla tipologia dell'evento l'organigramma verrà assemblato. Per grandi eventi questa struttura potrà essere ulteriormente suddivisa in sotto-task, al fine di gestire al meglio tutte le necessità e le richieste. Ad esempio, nell'organizzazione di un festival internazionale è fondamentale suddividere la gestione dei trasporti, dei *pick-up* <sup>[37]</sup>, dell'ospitalità e della logistica dei vari relatori ad un numero sufficiente di persone. Per eventi di dimensione più piccola, invece, alcune di queste funzioni potranno essere accorpate e talvolta eliminate. Per una piccola conferenza, ad esempio, la funzione tecnica può avere un ruolo ristretto al semplice funzionamento di un proiettore e di un computer, funzione eseguibile anche dal project manager stesso.

Passiamo ora ad analizzare i diversi obiettivi e i diversi compiti svolti da ciascuna funzione inerente all'oggetto di studio di questa tesi, mettendo anche un primo focus sul modo in cui si relazionano tra di loro.

---

<sup>37</sup> Trasporti dall'aeroporto o dalla stazione di arrivo alla location e viceversa.

## 2.3 I membri chiave del reparto di produzione

### 2.3.1 Direttore di produzione e segreteria di produzione

Il direttore di produzione si occupa del coordinamento e della gestione di tutta la filiera produttiva. Definisce un piano di produzione da rispettare con tutti i reparti coinvolti. Oltre a seguire tutte le fasi di lavorazione, il direttore di produzione ricopre il ruolo di garante degli obiettivi presi, delle scadenze temporali e dei vincoli di budget prefissati.

La segreteria di produzione svolge una serie di attività di supporto al lavoro del direttore di produzione. Si occupa dell'attività organizzativa e amministrativa relativa alla realizzazione di un evento, prepara e gestisce tutta la parte relativa agli accrediti e prova a soddisfare e a gestire tutte le richieste provenienti dai diversi settori coinvolti.

La mansione di coordinamento <sup>[38]</sup> risulta molto importante non solo nel mondo degli eventi, ma anche nell'ambito delle produzioni cinematografiche, televisive, pubblicitarie e teatrali. Risulta essere quindi una figura trasversale a molti settori dell'industria dello spettacolo.

Il direttore di produzione deve conoscere bene tutti gli aspetti delle singole funzioni in gioco, al fine di saper valutare correttamente il loro operato e poter intervenire in caso di necessità. Egli fa confluire tutte le indicazioni di registi, direttori artistici e produttori in un piano di lavoro che include i vari aspetti tecnici, logistici e finanziari. Inoltre, è compito del coordinatore verificare che tutte le attività abbiano tempo e spazio sufficiente affinché possano portare a termine il proprio obiettivo in maniera esaustiva ed ottimale.

La riuscita di un evento dipende in buona parte dall'operato del direttore di produzione. Per questo motivo, questa mansione comporta un alto livello di responsabilità.

Le attività di coordinamento possono essere suddivise in tre macro momenti: *pre-evento*, *evento*, *post-evento*. È bene sottolineare che la scansione di questi tre momenti principali è ben diversa dalla scansione temporale utilizzata per la realizzazione di un film.

Nel *pre-evento* tutte le attività vengono coordinate dal direttore di produzione. Egli indice le riunioni di coordinamento e definisce il gruppo di lavoro che svilupperà le varie funzioni legate all'evento (definito come *Comitato Organizzativo dell'evento* <sup>[39]</sup>). Ogni singola funzione verrà poi sviluppata da ogni singolo settore di lavoro. Per grandi eventi il *core team* è formato esclusivamente dai singoli responsabili di ogni settore, i quali a loro volta hanno una struttura interna composta da diversi assistenti e altro personale. Per eventi più piccoli o di media dimensione, spesso, i settori di lavoro sono molto piccoli e talvolta è il singolo responsabile ad eseguire tutte le varie mansioni.

---

<sup>38</sup> Di seguito con attività di coordinamento si intenderà il lavoro sinergico di cooperazione tra direttore di produzione e segreteria di produzione.

<sup>39</sup> Collese U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

L'obiettivo delle riunioni di coordinamento è quello di garantire che le diverse aree che compongono la struttura siano a conoscenza del modo in cui si sta sviluppando l'evento. È buona norma corredare ogni riunione di un report dell'incontro con quanto detto e deciso, riportando lo stato di avanzamento del progetto.

È in questa fase pre-evento che viene costituita la segreteria organizzativa.

Il coordinamento del progetto riassume in un documento condiviso con tutto il gruppo di lavoro tutte le informazioni relative alle singole attività in modo tale che tutti i membri possano eseguire i propri compiti conoscendo e utilizzando pienamente i dati disponibili. Si rediguisce un *business plan* dell'evento contenente tutte le scelte economiche e strategiche legate all'evento. In un secondo momento, tutti questi dati vengono convogliati in presentazioni intere o parziali per sponsor, media o partner. Un altro documento importante preparato dal direttore di produzione è il *Manuale Operativo dell'Evento* contenente l'insieme di tutte le nozioni utili alla realizzazione dell'evento. Il documento raccoglie tutti gli aspetti salienti del progetto, criticità incluse.<sup>[40]</sup>

Durante l'evento, il direttore di produzione verifica che tutte le singole componenti funzionino alla perfezione. Interviene in caso di problemi cercando soluzioni rapide ed efficienti. È in questa fase che spiccano la creatività, la razionalità e la velocità di *problem-solving* del direttore di produzione. Inoltre, è di fondamentale importanza risolvere tutti i problemi che nascono in maniera tranquilla e risoluta, al fine di far sì che gli ospiti non si accorgano di nulla.

Con il termine *post-evento* non si indicano esclusivamente i giorni immediatamente successivi all'evento stesso. In questo periodo il coordinamento si occuperà di indire e svolgere un *debriefing* con tutto il team di lavoro e di preparare una presentazione o un documento relativo a tutte le criticità riscontrate durante l'evento.

Le caratteristiche e i requisiti fondamentali di un direttore di produzione sono molteplici. In primo luogo, questa figura deve conoscere bene il settore di lavoro, il suo funzionamento, le dinamiche del mercato e l'andamento delle correnti più influenti. Inoltre deve conoscere in maniera completa tutti gli step presenti all'interno del processo produttivo e il linguaggio tecnico adoperato, sia a livello pratico sia a livello artistico. In secondo luogo, è fondamentale una nozione di base delle normative vigenti nel settore dello spettacolo e degli aspetti assicurativi, previdenziali e contrattuali. A supporto spesso può entrare in gioco la figura di un legale.

Vista la quantità di informazioni provenienti dai diversi settori, il direttore di produzione e i membri della segreteria organizzativa devono avere una buona conoscenza di tutti quei software utili la gestione di tutto questo flusso di dati (email, fogli di calcolo, ecc.) e devono possedere ottime capacità di *planning* e di gestione. Infine, un buon direttore di produzione deve essere dotato di ottime capacità relazionali e di comunicazione e deve essere pronto e resistente alle inevitabili situazioni di stress che si andranno ad incontrare lungo tutto il processo produttivo.

---

<sup>40</sup> Per una descrizione più approfondita si veda il **capitolo 3**.

### 2.3.2 Funzione tecnica

La funzione tecnica ricopre un ruolo centrale e fondamentale per la buona riuscita di un evento. Si stima che questa funzione ricopra almeno il 50% delle attività svolte durante la giornata di evento.<sup>[41]</sup>

Le mansioni e le caratteristiche della funzione tecnica dipendono direttamente dalla tipologia dell'evento che si andrà a realizzare. La funzione tecnica può anche prendere una denominazione specifica in base al tipo di evento. Ad esempio, all'interno di una fiera la funzione tecnica prenderà il nome di *coordinamento degli espositori* ed avrà tra i compiti quello di far sì che ogni *stand* abbia il giusto numero di punti di corrente, una corretta illuminazione e una potenza elettrica adeguata. In un concerto di musica elettronica, invece, la funzione tecnica avrà tra i compiti quello di predisporre un adeguato impianto audio in correlazione con il numero di spettatori presenti, un setup luci d'effetto come scenografia, un presidio di sicurezza ben fornito. In un convegno la funzione tecnica sarà differente in quanto dovrà occuparsi delle eventuali presentazioni PowerPoint dei vari relatori, di far sì che ogni *speaker* abbia un microfono per parlare e che gli schermi siano ben visibili a tutto il pubblico partecipante. Compiti diversi, quindi, ma tutti caratterizzati da un'unica funzione riassumibile con il termine "tecnica".

Oltre a definire le attività specifiche di ogni tipologia di evento, la funzione tecnica si occupa anche della scelta e della gestione del personale per svolgere tali attività. Insieme al responsabile tecnico che ha il compito di supervisionare e gestire tutto il compartimento tecnico, possono inserirsi altre figure professionali quali assistenti, segretari, tecnici e progettisti competenti.

Nell'organizzazione di un evento musicale, come un concerto, la funzione tecnica si occupa delle esigenze dell'artista e di tutti quegli aspetti legati alla scelta del palco, della tipologia dell'allestimento dello stesso e si preoccupa di selezionare un buon fonico di sala per la corretta miscelazione dei suoni.<sup>[42]</sup> Per un festival di medicina<sup>[43]</sup>, invece, si inserisce la figura di *content manager* per recuperare e uniformare graficamente tutte le presentazioni di tutti i relatori. In uno spettacolo teatrale si ha la necessità di pianificare carico e scarico della scenografia con relativo montaggio della stessa. Inoltre, si ha la necessità di realizzare dei puntamenti luce ben specifici per le varie scene dell'opera, comportando così l'entrata in gioco di un *light designer* e di uno o più assistenti alla regia.

Da questi esempi si evince che un coordinatore della funzione tecnica deve essere molto preparato sulla materia in cui si cimenta, soprattutto al fine di delegare le varie mansioni a incaricati e personale molto competente.

---

<sup>41</sup> Gallico D., *op. cit.*

<sup>42</sup> La funzione tecnica relativa alla realizzazione di uno spettacolo o di un concerto prendere il nome di "produzione".

<sup>43</sup> Ho preso per esempio il Festival della Salute Globale svoltosi a Padova nell'aprile 2019 perché ho preso parte a questa manifestazione in prima persona nella veste di *venue manager*, figura spiegata successivamente nel capitolo.

Uno strumento molto utilizzato dal coordinamento della funzione tecnica è il *rider*, un documento testuale contenente tutte le istruzioni e l'elenco dei compiti inerenti alla gestione tecnico-operativa di uno show, il rispetto delle norme di sicurezza e tutte le caratteristiche tecniche e allestitriche richieste dall'artista e dalla sua *crew*.<sup>[44]</sup>

La funzione tecnica si può interfacciare con le altre attività se l'evento stesso lo richiede. Nel festival di medicina preso in esempio la funzione tecnica si interfaccia con la logistica e l'ospitalità per la pianificazione dell'arrivo degli ospiti e la gestione delle varie prenotazioni relative agli hotel dove alloggeranno, per organizzare i pranzi e le cene, i trasferimenti, le prove e la fase di accredito.

Ai fini dell'oggetto di questa tesi, è bene identificare due figure importanti presenti in questo compartimento produttivo e fondamentali durante l'evento: il *venue manager* e il *backstage manager*.<sup>[45]</sup>

Il *venue manager* è il responsabile di tutti gli aspetti della *venue*, ovvero del luogo dove si svolge l'evento. È tipicamente incaricato dalla location stessa ed ha il compito primario di sovrintendere tutte le attività che si svolgono nella *venue*. Questo include l'organizzazione dello staff interno (pulizia, sicurezza, manutenzione elettrica, facchinaggio interno, ecc.), la sovrintendenza di tutte le procedure eseguite e la risoluzione di possibili problemi, nei limiti del possibile. Una *venue* lavora tutto l'anno e, di conseguenza, il *venue manager* deve far sì che lo spazio sia in buone condizioni di lavoro non solo durante un evento, ma anche durante tutte le varie fasi di allestimento e di disallestimento. Il responsabile di sala deve essere a conoscenza di ogni singolo angolo della sala, deve saper risolvere problemi nel modo più efficiente, chiamando le figure necessarie al bisogno.

Il *backstage manager* ha il compito di organizzare, allestire e coordinare tutte le attività che si svolgono nel *backstage*. L'accoglienza di un artista dietro le quinte è una delle attività svolte da questa figura. Il *backstage manager* si occupa anche di preparare il camerino con tutti gli elementi richiesti dall'artista e pattuiti con il *management* all'interno del *rider*. Ad esempio, si interfaccia con il catering per eventuali pranzi o cene specifici per la *crew* e predispone gli asciugamani e l'acqua per la band. Così come il *venue manager* risolve tutti i problemi relativi alla *venue*, il *backstage manager* risolve tutti i problemi relativi al *backstage*. Molto spesso viene incaricato direttamente dalla *venue* stessa su richiesta del cliente, ma può anche capitare, come nel caso di un tour all'interno di palazzetti dello sport o di stadi, che il *backstage manager* sia una figura interna predisposta dall'organizzazione dell'evento stesso.

Come detto in apertura di paragrafo, la funzione tecnica prende forma in base alla tipologia dell'evento. Mentre la figura del *backstage manager* può essere o meno

---

<sup>44</sup> Si approfondirà la discussione di questo strumento nel **capitolo 3**.

<sup>45</sup> Durante la fase di tirocinio ho potuto sperimentare in prima persona quali sono le caratteristiche di queste due figure, le loro problematiche e le risorse richieste. Inoltre, ho deciso di analizzare nello specifico questi ruoli in quanto saranno presenti all'interno del software gestionale proposto nell'ultimo capitolo.

richiesta, quella del *venue manager* è sempre presente. Inoltre, quest'ultima figura è direttamente commissionata dalla *venue* ed è obbligatoria.

Con gli esempi sopra citati si può dedurre che la funzione tecnica e tutto il suo staff costituiscono il nucleo centrale dell'evento e da essi dipende gran parte del suo successo. È soprattutto grazie all'intervento di numerosi tecnici specializzati che si può creare "esperienza" attraverso giochi di luce, percorsi al buio, installazione, stimoli sensoriali e allestimenti multimediali. L'*event experience* è resa grazie alla funzione tecnica.

Tutte le attività descritte sopra costituiscono la fase di pre-produzione di un evento. In sintesi, in questa fase la funzione tecnica ha il ruolo di organizzare tutto il personale tecnico necessario, realizzare planimetrie relative agli allestimenti di vario genere e preparare il *planning* delle attività tecniche da svolgere in evento.

Durante la giornata di evento le persone che compongono la funzione tecnica verificheranno che tutte le attività pianificate vengano correttamente rispettate nei tempi prestabiliti. Il service audio-luci deve consegnare in tempo l'impianto. Gli stand devono essere puliti e ben illuminati. Gli ospiti devono poter accedere alle varie aree in maniera confortevole. Tutti i talk e le attività di spettacolo devono svolgersi in maniera corretta e nei tempi prestabiliti. Per quanto riguarda la fase post-evento, si deve eseguire principalmente un corretto smontaggio di tutte le tecniche presenti nella *venue*. Anche in questa fase, le attività dipendono direttamente dalla tipologia dell'evento stesso. In linea di massima, per gli eventi di carattere più commerciale è bene raccogliere tutto il materiale audio-visivo prodotto in evento al fine di realizzare dei prodotti condivisibili con partecipanti e partner il più in fretta possibile, in modo tale da mantenere ancora vivo e caldo l'*hype* generato dall'evento stesso.

### 2.3.3 Risorse Umane

Il reparto delle Risorse Umane [46] comprende tutte le attività di gestione del personale dell'organizzazione, dalla ricerca e selezione dei candidati alla gestione delle buste paga, degli aspetti contrattuali e delle assunzioni. Molto spesso viene abbreviato con il termine inglese *HR - Human Resources*.

La figura principale del reparto è l'*HR Manager (Human Resources Manager)*. Si occupa della gestione, selezione, formazione e sviluppo del personale, riportando al *management* principale tutti gli sviluppi.

Il processo di ricerca e di selezione del personale è dettato dalle necessità che i vari reparti di lavoro possono riscontrare. L'*HR Manager* si confronta sia con il direttore di produzione che con i responsabili dei vari reparti per definire le figure professionali

---

<sup>46</sup> Ai fini di questa tesi è bene tenere presente che il reparto *HR* non è sempre presente all'interno di un compartimento di produzione. Ho deciso di inserirlo in quanto lo reputo importante all'interno dello sviluppo del sistema gestionale. Inoltre, la decisione è stata dettata dal fatto che all'interno del gruppo *Visionary* ho constatato di persona il ruolo brillante e fondamentale che questo reparto ha nel selezionare collaboratori per i vari reparti di lavoro, al fine di ottimizzare e distribuire correttamente il carico di lavoro.

necessarie al corretto svolgimento delle diverse fasi dell'evento. Si occupa quindi del *recruiting* in prima persona oppure affida il reclutamento a dei selezionatori specializzati.

Il reparto risorse umane seleziona soprattutto figure professionali specifiche del reparto di produzione. La maggior parte delle volte che si presenta la necessità di selezionare dei tecnici, dei facchini o del personale generico si avvale di aziende esterne che predispongono il personale richiesto nella misura richiesta senza una vera e propria selezione diretta da parte dell'*HR Manager*. Quando invece si ha la necessità di scritturare un fonico, un progettista luci, un tecnico specifico che esegue una mansione ben definita e fondamentale alla corretta riuscita dell'evento, il responsabile delle risorse umane entra in gioco e si fa affiancare dal diretto responsabile del reparto. In altri casi, può accadere che sia il reparto stesso a selezionare una o più figure professionali e passa alle risorse umane tutti gli aspetti burocratici e trattativi.

L'*HR Manager* ha poi il ruolo di negoziare gli aspetti contrattuali legati all'assunzione o alla stipula di un contratto lavorativo, compreso l'aspetto economico. È importante equilibrare il trattamento economico con i limiti di budget prefissati.

### **2.3.4 Logistica**

La funzione più complessa e corposa di tutta l'organizzazione di un evento è la logistica. Essa comprende molteplici attività al suo interno e, per questo motivo, si suddivide spesso in funzioni più specifiche in base al grado di complessità, dando così vita ad un compartimento di lavoro internamente articolato.

Essendo di natura corposa, la logistica si interfaccia costantemente con tutte le funzioni organizzative. Qui di seguito si riportano le principali interazioni intrattenute con gli altri reparti.

- **Direttore di produzione**

Verifica la coerenza dei diversi aspetti dell'evento sia in materia di svolgimento delle attività che nel rispetto dei tempi di lavorazione previsti

- **Istituzioni**

Instaura rapporti con la *venue* e si interfaccia per predisporre eventuali spazi ad hoc

- **Sponsor**

Seleziona e gestisce l'utilizzo di determinati fornitori in relazione agli sponsor dell'evento

- **Legale**

Particolari accordi di fornitura, soprattutto se direttamente connessi con contratti di sponsorizzazione dell'evento

- **Funzione tecnica**

Individua le esigenze specifiche e coordinate insieme al responsabile tecnico tutte le fasi di allestimento e disallestimento in modo tale da ottimizzare e incastrare tutte le varie attività e le varie lavorazioni

- **Comunicazione**

Verifica che tutti gli allestimenti presenti in sede di evento siano coerenti con l'immagine coordinata dell'evento stesso

- **Sicurezza**

Rispetta e verifica le necessità che la sicurezza può avere, al fine di agevolare tutte le operazioni richieste

- **Amministrazione**

Monitora il budget e gestisce eventuali pagamenti da effettuare nei confronti di fornitori e terzi

Il primo ambito di lavoro competente al settore della logistica riguarda gli allestimenti, ovvero l'insieme delle strutture e dei materiali che vengono utilizzati per mettere in scena l'evento. <sup>[47]</sup> Tutti gli allestimenti utilizzati devono essere approvati da un responsabile della sicurezza. Si discuterà nel prossimo paragrafo di tutti gli aspetti relativi alla sicurezza degli allestimenti.

La progettazione dell'allestimento di una *venue* in relazione allo svolgimento di un evento è una fase di estrema importanza per il successo dell'evento stesso. Richiede una particolare cura dei dettagli e un buon metodo di progettazione. Anche in questo caso, le dimensioni dell'allestimento sono direttamente proporzionali alla grandezza e alla tipologia dell'evento stesso.

Per il festival di medicina portato nell'esempio precedente, l'allestimento prenderà le connotazioni di convegno, di seminario e di tavola rotonda. Di base l'allestimento prevede una serie di tavoli da conferenza provvisti di tutto ciò che occorre ai relatori, ovvero acqua e bicchieri, penne brandizzate <sup>[48]</sup>, fogli per appunti, cavalieri <sup>[49]</sup> con i nomi dei relatori, sedie e/o poltroncine adeguate al numero dei relatori ed un eventuale podio dove poter esporre le proprie relazioni o discutere le presentazioni PowerPoint. Il responsabile dell'allestimento deve anche tenere in conto la necessità del pubblico o dei relatori di prendere appunti durante il convegno predisponendo delle sedute con appoggio su cui scrivere agevolmente.

Oggi accade molto spesso che tutti i partecipanti utilizzino i propri computer portatili o i propri tablet per prendere appunti. Per favorire la ricarica di questi strumenti di lavoro, spesso si predispongono prese di corrente o porte USB adibite alla ricarica, creando così delle *power station* in alcuni punti della *venue*.

Da questi esempi si possono evidenziare due figure: l'*interior designer* e il responsabile degli allestimenti. Compito dell'*interior designer* è quello di selezionare gli arredi, predisporre una planimetria e scegliere tutte le forniture necessarie per l'allestimento dal punto di vista estetico e funzionale. Il responsabile degli allestimenti, invece, si coordina

---

<sup>47</sup> Collese U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

<sup>48</sup> Per un maggior *effort*, il team di comunicazione può provvedere a realizzare gadget con il brand dell'evento stesso.

<sup>49</sup> Nel gergo tecnico, con il termine *cavaliere* o *cavaliere* si caratterizza un segnaposto da scrivania con il nome del relatore, del moderatore o del generico speaker partecipante al convegno.

con i fornitori degli arredi scelti e gestisce i tempi di allestimento. È anche possibile che le due figure convergano in una sola. In produzioni di piccole dimensioni, il responsabile degli allestimenti coincide con il responsabile della logistica. <sup>[50]</sup>

Approfondendo ulteriormente i compiti svolti dalla logistica, possiamo evidenziare le seguenti mansioni:

- organizzazione dell'allestimento / disallestimento
- individuazione delle aree strategiche
- richiesta permessi
- pianificazione logistica interna
- individuazione e predisposizione di servizi igienici
- organizzazione pulizie prima, dopo e durante l'evento
- organizzazione della gestione dei rifiuti
- parcheggi e indicazioni per i percorsi

Per quanto riguarda l'organizzazione degli allestimenti e dei disallestimenti, il responsabile alla logistica pianifica *cosa serve, quando serve, dove serve, come arriva, chi lo trasporta, come lo si trasporta, chi lo monta, chi lo smonta*. Il responsabile dettaglia tutto per filo e per segno in un piano di produzione e lo comunica a tutti gli attori coinvolti. Talvolta, in base alla struttura dell'organizzazione, la logistica si occupa anche del trasporto stesso degli allestimenti, decidendo se esternalizzare o meno questa attività.

I tempi di trasporto e di allestimento hanno un forte impatto sull'esito dell'evento. Stilando il piano degli allestimenti, il responsabile (o i responsabili) danno priorità agli allestimenti più corposi e più dispendiosi in termini di tempo, individuando e richiedendo anche personale altamente specializzato, non disponibile all'interno dell'organizzazione.

Le tempistiche di allestimento e di disallestimento sono fondamentali in quanto vanno a influire su diversi aspetti organizzativi. Dal punto di vista del budget, ad esempio, è fondamentale individuare quanti sono i giorni necessari per completare adeguatamente un allestimento, andando così a determinare il budget necessario per la location. Più giorni si utilizza una *venue*, più elevato sarà il budget da allocare per il suo affitto.

Oltre ad indicare tutto l'occorrente necessario per la realizzazione di un palco e di una eventuale scenografia, con il termine allestimento andiamo ad indicare anche la predisposizione di alcune *aree strategiche* quali *biglietteria, centro accrediti, sala stampa*, spazio riservato al *catering e hospitality* (o *aree lounge*).

Un'altra importante attività del settore logistica riguarda la richiesta dei dovuti permessi. Oltre all'occupazione del suolo per eventuali eventi all'aperto o concessione

---

<sup>50</sup> Ad esempio, durante la mia personale esperienza all'interno del Premio Industria Felix, evento di piccolissime dimensioni itinerante in 10 città italiane, il responsabile alla logistica ricopriva anche il ruolo di addetto all'ospitalità, ai viaggi, al catering, ai rapporti con il service e la location.

per l'utilizzo di un determinato luogo, il responsabile richiede anche le agibilità e le concessioni relative all'utilizzo di eventuali catering o punti di ristoro. Se ci sono all'interno dell'evento diverse società terze coinvolte che necessitano di specifici permessi, la richiesta viene fatta direttamente dall'organizzatore della manifestazione. Nel caso opposto, è l'organizzazione che si assicura che le società abbiano ottenuto i permessi necessari.

Con il termine *logistica interna* si intende lo studio dei percorsi dell'intera manifestazione, sia per quanto riguarda il pubblico classico sia per le persone affette da disabilità (non solo motoria) e la posizione di apposita segnaletica utile ad individuare gli spazi principali in cui si svolge l'evento.<sup>[51][52]</sup>

Il responsabile della logistica ha la mansione di occuparsi della predisposizione di servizi igienici sufficienti al numero di partecipanti. In primo luogo verifica che i bagni presenti nella location siano sufficienti e rispettino le norme vigenti in maniera di accessibilità. Successivamente aggiunge eventuali bagni chimici nel caso non fossero sufficienti quelli già presenti o nel caso di manifestazione in un'area dove non sono presenti. È importante prestare attenzione alla disposizione dei bagni in relazione degli spazi utilizzati e in base alle necessità di eventuali disabili.

In maniera correlata alla gestione dei servizi igienici, troviamo la gestione del personale di pulizia prima, dopo e durante l'evento. Oltre a pianificare la pulizia dei bagni, il responsabile pianifica la pulizia di eventuali aree hospitality, sale stampa o aree di utilizzo comune. È solito affermare che *“puoi creare l'evento più bello del mondo, ma se la location risulta sporca, tutti purtroppo ricorderanno solo la sporcizia”*.<sup>[53]</sup> Direttamente correlato a quanto detto troviamo il *waste management*, ovvero la gestione dei rifiuti. Tutto quanto il mondo si sta muovendo verso una politica *green* al fine di salvaguardare il pianeta. Anche il mondo degli eventi si muove in questa direzione. È solito stimare in maniera molto approfondita la quantità di rifiuti che verrà prodotta durante l'evento. All'interno delle *venue* vengono predisposte delle *aree ecologiche* dove vengono posizionati dei cestini per la raccolta differenziata. Soprattutto se è previsto un catering all'interno dell'evento è fondamentale organizzare la gestione dei rifiuti prodotti e mettersi d'accordo con il catering stesso per come smaltire tutto quanto.

Per quanto riguarda la comunicazione che avvengono tra i reparti di produzione è importante evidenziare che la logistica ha il compito di gestire e coordinare le attività di pulizia e di smaltimento dei rifiuti. Tuttavia, il servizio sarà effettuato direttamente da aziende terze specializzate. Tutti i dettagli dovranno essere comunicati per tempo all'azienda che si occuperà di erogare tali servizi.

---

<sup>51</sup> Collese U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

<sup>52</sup> L'attenzione di molti settori al concetto di *design for all*, ossia di concepire ambienti, sistemi, prodotti e servizi fruibili in modo autonomo da parte di persone con esigenze e abilità diversificate, sta crescendo in modo esponenziale di anno in anno e spesso gli eventi vengono duramente criticati per non pensare in modo univoco alle esigenze di tutti. Si rimanda per un approfondimento al sito <https://polidesign.net/it/designforall>

<sup>53</sup> Ho appuntato questa frase mentre assistevo ad una riunione di produzione tra un cliente e il responsabile di produzione all'interno dell'ufficio dove ho svolto il tirocinio.

Con il termine *logistica interna* si identificano alcune funzioni come l'individuazione dei percorsi di arrivo e di accesso all'evento, il posizionamento della segnaletica esterna al fine di facilitare l'arrivo del pubblico e la predisposizione minima di parcheggi per poter soddisfare l'affluenza prevista.<sup>[54]</sup>

Se i parcheggi sono distanti dalla location, il responsabile alla logistica può prevedere uno *shuttle* per trasportare il pubblico fino al luogo dell'evento. In merito a questa attività, si pianifica attentamente l'orario di servizio, la partenza, le tratte, le eventuali fermate e la durata del viaggio, in relazione al programma generale della manifestazione.

La logistica predispone e forma parte dello staff operativo in evento. Non si tratta di professionisti del settore che operano all'interno dell'organizzazione in relazione alla funzione stessa di appartenenza. La formazione riguarda lo staff che si occupa dei servizi aggiuntivi, come *hostess*, *steward*, facchini, guardarobieri, ecc.

In base alle dimensioni dell'evento, la logistica può richiedere i *curriculum* dei vari addetti e può effettuare una selezione del personale attraverso colloqui. In secondo luogo, spetterà ai singoli settori effettuare un secondo *screening* per scegliere al meglio il personale.

Un'importante ma non semplice attività svolta dalla logistica riguarda il *coordinamento del trasporto dei materiali necessari*. Se la *venue* dell'evento risulta distante dal quartier generale dell'organizzazione, la logistica si occupa di come trasportare tutto il materiale necessario, inteso come gadget, brochure, materiale promozionale e tutto ciò che è stato preparato fisicamente per l'evento stesso e che si trova all'interno del quartier generale. Infatti, la maggior parte delle volte i fornitori spediscono questo tipo di materiali direttamente all'ufficio dell'organizzazione. In altri casi, invece, in base agli accordi presi con la location, è possibile far spedire questo genere di materiale presso la *venue* dell'evento, ottimizzando così eventuali costi relativi ai trasporti.

Si andranno ora ad analizzare le attività svolte dalla logistica in funzione del tempo.

Nella fase di progettazione di un evento, la logistica dovrebbe avere un comportamento quasi maniacale verso la pianificazione, l'organizzazione e la gestione di tutti gli aspetti elencati precedentemente. Maggiore sarà la precisione e il livello di dettaglio adoperato, minori saranno gli errori commessi in evento.

In prossimità dell'evento le attività di logistica si concentreranno sul coordinamento dell'allestimento generale dell'evento. Tutti i dettagli pianificati precedentemente vengono verificati e messi in atto. Si esegue la formazione dello staff dedicato presente in evento e di competenza del settore logistica, come discusso precedentemente. Infine, si gestiscono al meglio eventuali criticità insorte in questa fase.

---

<sup>54</sup> Collesei U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.*

Durante l'evento la logistica dovrà essere in grado di risolvere problematiche improvvise. <sup>[55]</sup> E' molto importante, oltre ad aver capacità di *problem solving*, avere anche un forte spirito di cooperazione con gli altri settori dell'organizzazione in modo tale da poter risolvere al meglio e nel più breve tempo possibile qualsiasi sorta di problema.

Nelle ore immediatamente successive alla conclusione dell'evento, la logistica dovrà coordinare tutte le attività di disallestimento, verificando l'integrità dei materiali e assicurando l'eventuale rientro in sede degli stessi.

Nei giorni successivi all'evento, si svolge di solito un *debriefing* sia internamente che con tutti gli altri membri dell'organizzazione. In questo modo è possibile individuare le aree che necessitano di un miglioramento e di una revisione, le criticità emerse e come sono state affrontate e risolte e si predispone una base di partenza molto più realistica per l'organizzazione per la progettazione e la pianificazione dell'edizione successiva dell'evento, ove prevista.

#### 2.3.4.1 Ospitalità

Le mansioni ricoperte dalla funzione relativa all'ospitalità possono essere svolte dal compartimento legato alla logistica. In base alla dimensione dell'evento e in relazione con il budget globale stanziato, la funzione ospitalità può essere esternalizzata e data in gestione ad un'agenzia specializzata.

Il team di gestione dell'ospitalità ha il compito di occuparsi della ricerca di hotel dove far alloggiare gli attori dell'evento, selezionare ristoranti dove farli mangiare e di contrattare per eventuali sconti e agevolazioni particolari riservati a tutti i partecipanti alla manifestazione.

Così come avviene per altri settori, anche la dimensione della funzione ospitalità (comprese le attività connesse) dipendono direttamente dalla tipologia dell'evento e dalla sua dimensione. Ad esempio, nel festival di medicina preso in esame, se son previsti circa 300 relatori provenienti da tutto il mondo, la funzione ospitalità avrà un importante impiego e mole di lavoro, che spazierà dal contatto con gli hotel alla prenotazione delle camere, dalla gestione e comunicazione di specifiche esigenze (es. camera per fumatori, eventuali disabilità, animali domestici) all'organizzazione dei *pick up* <sup>[56]</sup> in aeroporto o alla stazione di arrivo. Il compito risulterà più leggero quando, ad esempio, 1000 espositori di una fiera effettuano la scelta e la prenotazione dell'hotel in maniera

---

<sup>55</sup> La sera prima di un evento, in prima persona mi son trovato nella situazione di dover allestire e progettare uno spazio espositivo per alcuni sponsor che hanno dato disponibilità a venire in evento all'ultimo minuto. Insieme al responsabile dei partner, si è optato per allestire una serie di monitor TV da 52" dove venivano rimandati alcuni momenti dell'evento stesso registrato da una regia televisiva. Nonostante sia stato un allestimento creato all'ultimo minuto e con un ingente esborso di denaro extra non previsto, l'esposizione è stata un vero successo ed è già stata messa a budget per l'edizione successiva dell'evento.

<sup>56</sup> Un *pick up* è il prelievo dell'ospite mediante macchina con autista dal luogo di arrivo (stazione, porto o aeroporto) all'hotel dove alloggia o direttamente al centro accredito dell'evento.

autonoma ed individuale. In questo caso, l'*hospitality* di produzione avrà il compito di realizzare un elenco con tutte le strutture convenzionate.

La funzione ospitalità, essendo di natura trasversale, lavora a stretto contatto con il direttore di produzione, con la logistica, con la comunicazione, con la funzione tecnica e (soprattutto) con l'amministrazione.

Durante la fase di pre-produzione di un evento, la funzione riguardante l'ospitalità programma e gestisce tutti gli aspetti elencati precedentemente. Durante l'evento, ci si accerta che tutti gli ospiti siano soddisfatti del servizio progettato su misura per ognuno di loro e si risolvono eventuali criticità che possono insorgere all'ultimo (ad esempio, la ricerca di un taxi per un ospite extra o un cambio di volo). Al termine dell'evento, è buona norma inoltrare a tutti gli ospiti un questionario di gradimento per valutare l'adeguatezza dei servizi forniti. Il questionario è importante soprattutto nell'eventualità di una nuova edizione dell'evento, in modo tale da raccogliere quanti più feedback possibili e fornire un servizio più adeguato.

### **2.3.5 Amministrazione e controllo della gestione**

L'amministrazione e il controllo della gestione generale di un evento ha la funzione di predisporre, pianificare e gestire la parte amministrativa, contabile e finanziaria della manifestazione stessa.

Durante la valutazione di fattibilità, il controllo di gestione si occupa di preparare il budget per l'evento, stimando il possibile risultato economico. All'interno del budget sono riportati in maniera sintetica l'analisi dei costi (fissi e variabili) e i possibili ricavi (fissi e variabili) dell'intero evento.

Il software utilizzato per analizzare il budget è un semplice foglio Excel in cui vengono individuati da un lato tutti i costi e dall'altro tutti i ricavi. Da questo punto di partenza, si può desumere l'investimento necessario per realizzare l'evento oppure il punto di rottura in cui l'evento non diventa più un'impresa in perdita ma un'impresa in attivo.

All'inizio del progetto, questa funzione prepara diverse previsioni economiche che verranno poi, in secondo luogo, aggiunte nel *business plan* finale.

Una volta valutata la fattibilità economica e ottenuta l'approvazione, tutte le funzioni dell'organizzazione inviano all'amministrazione i preventivi. Nello specifico, ogni funzione invia il preventivo dove si specifica il *supplier* (ovvero il fornitore, il quale al termine dell'evento emetterà fattura che dovrà essere pagata nei termini e nei modi previsti) e l'eventuale discostamento dal budget approvato in fase preventiva (si effettuano eventuali correzioni al budget dove previsto e dove possibile).

In base alla struttura dell'organizzazione e alla grandezza dell'evento, all'interno della funzione amministrazione e controllo potrebbe comparire anche la funzione *acquisti* la quale contratta con eventuali fornitori per l'acquisto di un servizio o di un prodotto.

Nella fase di pre-evento, la funzione esegue il controllo costante del budget dell'evento, non solo sotto il profilo dei costi, ma anche sotto il profilo dei ricavi. Ad esempio, questa funzione emana delle fatture di vendita di servizi come l'inserimento di un banner pubblicitario all'interno di un *flyer* dell'evento o delle sessioni di talk dedicate esclusivamente al brand da sponsorizzare.

L'amministrazione si occupa anche dell'aspetto riguardante la normativa fiscale adottata dall'organizzazione dell'evento. Ai fini di questa tesi è bene solo evidenziare l'interazione svolta dall'amministrazione con la funzione legale.

Durante l'evento, la funzione amministrazione e controllo non viene coinvolta direttamente. In alcuni casi, tuttavia, è indispensabile la presenza fisica in evento di un responsabile di questa funzione per svolgere alcuni compiti burocratici. Ad esempio, durante una fiera può accadere che un espositore non abbia ancora saldato la propria quota di partecipazione.<sup>[57]</sup>

Nella fase post-evento, l'amministrazione predispone le ultime fatture di vendita, lo scadenziario dei pagamenti (IVA e imposte incluse) ed effettua tutti i pagamenti preventivati e approvati. Il controllo della gestione, invece, raccoglie tutti i dati economici finali dell'evento (ad esempio, il numero dei biglietti venduti, il fatturato del merchandising, ecc.). Infine, dopo aver raccolto questi dati, prepara il rendiconto finale dell'evento, allegando l'analisi degli scostamenti accaduti rispetto al budget prefissato.

### 2.3.6 Sicurezza

Tra le più importanti e delicate funzioni presenti all'interno di un comparto organizzativo troviamo la sicurezza. Si divide principalmente in:

- sicurezza della *venue*
- sicurezza degli allestimenti
- sicurezza degli attori dell'evento
- sicurezza del pubblico
- sicurezza dei lavoratori

È bene precisare che la funzione sicurezza si muove e si progetta in base alle norme vigenti nella nazione dove si svolge l'evento. Infatti, ogni Paese ha normative differenti in materia di sicurezza. La funzione prevede e verifica che tutte le norme siano rispettate, implementate e convalidate.

---

<sup>57</sup> Di norma, i regolamenti per la partecipazione a fiere di settore o fiere specialistiche prevedono il pagamento della quota di iscrizione prima dell'inizio della manifestazione stessa. Un'esempio di fiera di settore è il *MIR - Music Inside Rimini*, esposizione dedicata al settore delle tecnologie legate al mondo dell'*entertainment* degli eventi, come impianti audio di ultima generazione, *lighting*, movimentazione di palchi, nuove tecnologie di proiezione, ecc.  
<https://www.musicinsiderimini.it>

La discussione che segue riguardo la sicurezza è riferita agli eventi che si svolgono in Italia e le norme sono aggiornate alla data di scrittura di questa tesi.

### 2.3.6.1 Sicurezza della venue

Gli aspetti normativi in merito al fattore sicurezza variano in base al tipo di location presa in esame per ospitare un evento. Ad esempio, se si utilizza un impianto sportivo per ospitare una tappa di un tour musicale, ovvero un evento non consueto per una *venue* di quel tipo, per prima cosa si dovrà accertare l'agibilità dell'intero impianto. Con il termine *agibilità* si identifica una *location* che rispetta le norme in vigore ed è quindi *agibile* per ospitare un evento o una manifestazione.

In Italia, la normativa di riferimento in materia di sicurezza per impianti sportivi in vigore durante la stesura di questa tesi è il *Decreto degli Ministero degli Interni del 18 Marzo 1996, modificato e integrato dal DM del 06 Giugno 2005 - Norme di sicurezza per la costruzione e l'esercizio degli impianti sportivi* <sup>[58]</sup>. Nel decreto si mette in risalto:

- idoneità degli impianti elettrici, idrici, di condizionamento, di depurazione, antincendio
- la presenza di un numero adeguato di uscite di emergenza in relazione alla capienza con relativa presenza di luci di emergenza
- presenza di servizi igienici agibili e accessibili sia per normo-dotati che per disabili
- protezione adeguata delle lampade nelle sale dedicate alle attività sportive

Se invece l'evento si svolge in un luogo pubblico, come ad esempio una piazza, l'iter da seguire prevede il contatto con l'ufficio comunale di riferimento per venire a conoscenza di particolari norme vigenti nel Comune stesso. Le norme possono variare leggermente da Comune a Comune. Una piazza ha diverse caratteristiche: ad esempio, può presentare una portata massima di peso se costruita al di sopra di un particolare terreno oppure può presentare un regolamento speciale in materia di inquinamento acustico.

Si prendano in esempio due Comuni: Torino e Padova. In entrambe le città, seppur con piccole caratteristiche differenti, esistono delle normative che descrivono i requisiti necessari per realizzare una manifestazione sul suolo pubblico. Per esempio, il Comune di Torino per quanto riguarda la disciplina delle attività rumorose prevede che

“lo svolgimento delle attività in deroga al rispetto dei limiti vigenti per le sorgenti sonore può essere autorizzato dalle 9.00 alle 24.00.  
Eventuali orari difforni da quelli indicati (09.00-24.00) possono essere autorizzati esclusivamente previa delibera della Giunta Comunale.” <sup>[59]</sup>

---

<sup>58</sup> Fonte: [www.vigilfuoco.it](http://www.vigilfuoco.it)

<sup>59</sup> Fonte: [http://www.comune.torino.it/cosap/temporanea/pdf/vademecum\\_2-0.pdf](http://www.comune.torino.it/cosap/temporanea/pdf/vademecum_2-0.pdf)

Il Comune di Padova, invece, dichiara che

“L’attivazione delle sorgenti sonore, per le manifestazioni temporanee è consentita nell’orario: dalle ore 09:00 alle ore 13:00 e dalle ore 16:00 alle ore 24:00.”<sup>[60]</sup>

Con questi due differenti decreti comunali si afferma quanto detto precedentemente.

Per quanto riguarda le normative di pubblica sicurezza, dove si parla di *piani di evacuazione* e di *sicurezza antincendio*, è prevista l’applicazione del *Regio Decreto del 18 giugno 1931 n. 773 - Testo unico delle leggi di pubblica sicurezza TULPS*.<sup>[61]</sup>

Dopo la tragedia di Piazza San Carlo a Torino del 3 giugno 2017<sup>[62]</sup>, gli organizzatori di eventi in luoghi pubblici hanno iniziato a prestare maggiore attenzione allo sviluppo di piani di evacuazione più efficienti e più rigorosi. La causa di quella tragedia fu dovuta alla scarsità delle vie di esodo e ad un inadeguato piano di sicurezza.

Un evento può svolgersi anche in un luogo privato (villa, teatro, castello, ecc). In questi casi, il piano di sicurezza della location in termini di uscite di emergenze, presenza e posizionamento degli estintori, vie di fuga, ecc. dovrà essere richiesto al proprietario o al gestore della location stessa e andrà poi fatto verificare da esperti del settore o dal personale della funzione sicurezza. A livello operativo, dopo aver ottenuto i permessi per svolgere l’evento in questione, si stila il piano di sicurezza relativo alla location che sostanzialmente prevede:

- posizione degli estintori ed elenco del personale autorizzato all’utilizzo di tali (presidio antincendio)
- localizzazione delle uscite di emergenza
- localizzazione dei punti di raccolta da utilizzare in caso di calamità naturale
- elenco dello staff addetto alla vigilanza e al presidio della location.

Infine, è buona norma predisporre nel luogo dell’evento uno spazio necessario al passaggio e alla sosta di mezzi di soccorso.

### ***2.3.6.2 Sicurezza degli allestimenti***

Dopo il cedimento della struttura che sorreggeva il palco della tappa di Reggio Calabria del tour di Laura Pausini nel 2012, il quale provocò la morte di un addetto ai lavori di 32 anni, in Italia il dibattito sulla sicurezza degli allestimenti e dei loro lavoratori si accese.

Essendo materia di dibattito al momento della stesura di questa tesi ed essendo le norme vigenti in materia di sicurezza in continua evoluzione e in continuo

---

<sup>60</sup> Fonte: [https://suap.comune.padova.it/info/normativa/rumore/Regolamento\\_rumore.pdf](https://suap.comune.padova.it/info/normativa/rumore/Regolamento_rumore.pdf)

<sup>61</sup> Fonte: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1931/06/26/031U0773/>

<sup>62</sup> [https://it.wikipedia.org/wiki/Tragedia\\_di\\_piazza\\_San\\_Carlo](https://it.wikipedia.org/wiki/Tragedia_di_piazza_San_Carlo)

miglioramento <sup>[63]</sup>, in questa sede ci si limiterà a considerare la documentazione necessaria che il responsabile alla sicurezza dell'evento dovrà richiedere alle aziende coinvolte nell'allestimento.

Come per i casi visti precedentemente, anche l'attenzione riguardante gli aspetti legati alla sicurezza degli allestimenti sarà direttamente proporzionale alla grandezza dell'evento stesso e alla sua complessità. I documenti richiesti alle aziende che si occuperanno di tali servizi dipenderanno anche dal luogo in cui l'evento stesso viene svolto.

Le norme vigenti, attualmente, prevedono di base la compilazioni dei seguenti documenti:

1) **Dichiarazione di conformità degli impianti**

come previsto dal Decreto Legge 37/2008 <sup>[64]</sup>, viene rilasciata da un tecnico abilitato e deve comprendere il riferimento al progetto, una reazione sulla tipologia dei materiali, i dati necessari per identificare la regola d'arte dell'impianto ed una copia del certificato di riconoscimento dei requisiti tecnico-professionali degli installatori;

2) **Dichiarazione di corretto montaggio delle strutture, tensostrutture, pedane, impalcature, carichi pendenti, ecc.**

a firma dell'installatore. Deve includere anche l'apprestamento e la funzionalità dei dispositivi antincendio.

### 2.3.6.3 Sicurezza degli attori dell'evento

Tra i compiti di questa funzione troviamo la sicurezza nei confronti degli attori dell'evento, ovvero di tutti gli ospiti, artisti, relatori, espositori, giornalisti, staff organizzativo, VIP, sportivi e personale di servizio (catering, pulizie, ecc.). Nella maggior parte dei casi, all'interno di un evento si creano delle aree dedicate ad una particolare tipologia di attori. Ad esempio, un'area *lounge* può essere riservata ad alcuni sponsor dell'evento o ad alcuni VIP. Un camerino deve essere accessibile solo agli artisti e alla loro *crew*. Alcune aree dell'evento possono avere accesso riservato e interdetto al pubblico o ad altri soggetti.

Per controllare gli accessi alle aree riservate e per riconoscere visivamente il ruolo e i permessi di un attore dell'evento si rilasciano dei pass. Il pass "persona", all'interno di un evento, è a tutti gli effetti un "documento di riconoscimento".

Le funzioni principali sono:

- 1) per il possessore del pass è uno strumento per riconoscere quali sono le aree dell'evento a cui gli è consentito l'accesso;
- 2) per lo staff presente in evento permette di riconoscere visivamente e immediatamente la tipologia di persona che si ha di fronte;

---

<sup>63</sup> Per un approfondimento si consiglia di visitare <https://www.pianetasicurezza.it/> e <https://www.inail.it/>

<sup>64</sup> Fonte: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2008/03/12/008G0060/sg>

3) per la *security* permette fisicamente l'accesso a determinate aree esclusive dell'evento.

Dopo un'analisi diretta e attenta a numerosi eventi, possiamo suddividere i pass persona in 8 macro categorie:

- **all areas**  
solitamente usato dallo staff organizzatore, consente l'accesso a tutte le aree dell'evento
- **staff**  
utilizzato da alcuni membri dell'organizzazione i quali hanno l'accesso a determinate aree dell'evento
- **service**  
distribuito a tutto il personale che si occupano di allestimenti, catering, pulizie, sicurezza, ecc. ma che non fanno parte dell'organizzazione generale dell'evento. Consente l'accesso a determinate aree, molto spesso legate esclusivamente alle aree di lavoro dei diretti interessati
- **media (o press)**  
si identificano tutti gli addetti stampa, ovvero giornalisti, fotografi, *videomaker* e tutti coloro che lavorano a stretto contatto con il settore della comunicazione
- **sponsor**  
distribuito a tutti coloro che hanno reso possibile la realizzazione dell'evento, ovvero coloro che hanno finanziato l'evento in qualsiasi modo
- **"tecnica"**  
identifica tutti gli attori dell'evento. Possono essere ulteriormente distinti in funzione della loro funzione. Ad esempio "*artista*", "*crew*", "*relatore*", "*espositore*", "*driver*", "*pit lane*", ecc.
- **ospite (o VIP)**  
personaggi pubblici, autorità, appartenenti ad Istituzioni, ecc. In caso di personalità di alto rilievo (come ad esempio un ministro), la funzione sicurezza prevede e predispone un piano di sicurezza specifico con bodyguard e sicurezza dedicata <sup>[65]</sup>
- **hospitality**  
il pass concede l'accesso privilegiato ad alcune aree dedicate. Ad esempio, in un circuito di una competizione automobilistica le aree hospitality sono realizzate dai

---

<sup>65</sup> Durante l'evento Visionary Days 2019 è intervenuto il Ministro per le Politiche Giovanili e lo Sport Vincenzo Spadafora. Oltre ad essere scortato da agenti della Polizia, è stato messo in atto un piano di sicurezza realizzato ad hoc per la sua accoglienza e la sua permanenza all'interno della location. Il piano è stato redatto in collaborazione con il personale della *security* delle OGR, location che ha ospitato l'evento.

vari team concorrenti e l'accesso è circoscritto ai soli piloti e/o al loro staff personale. All'interno delle aree si ricreano sale relax e punti ristoro. <sup>[66]</sup>

I pass possono essere materialmente di diversa tipologia. I più diffusi sono:

- pass plastificati, indossati tramite laccetto porta-badge o spilla
- braccialetti monouso di carta, facilmente reperibili sul mercato e di facile rimozione tramite forbice.

Nella **figura 2.2** sono riportati alcuni esempi di pass persona.



**Figura 2.2** - Esempi di pass plastificati di varia tipologia

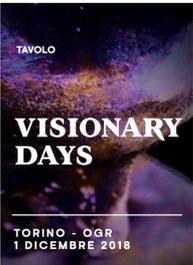
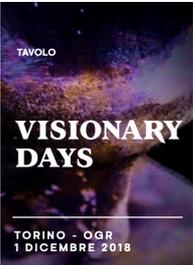
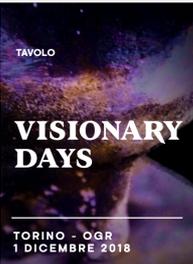
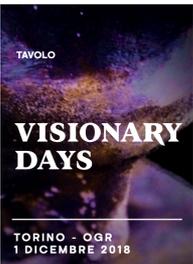
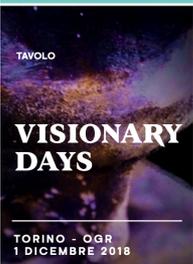
La scelta in merito alla tipologia di pass che si andrà ad utilizzare è strettamente connessa con la tipologia di evento e il grado di sicurezza applicato ad esso. Un pass plastificato generico portato al collo con un laccetto può essere facilmente trasferibile da persona a persona. Un pass dello stesso tipo però di tipo nominativo (ovvero con nome e cognome stampati sopra e con foto identificativa) sarà impossibile da trasferire ma comporterà una spesa maggiore nella sua realizzazione. Un braccialetto monouso cartaceo, invece, sarà difficilmente trasferibile in quanto, una volta incollato, per rimuoverlo bisogna romperlo.

Per facilitare il compito della *security*, il responsabile della funzione sicurezza predispone vicino ai vari punti di accesso un *plancia pass*, ovvero una tabella con tutti i

---

<sup>66</sup> Ho potuto constatare direttamente l'accesso e la realizzazione di queste aree lavorando come montatore video per Ferrari all'interno della competizione Ferrari Challenge.

pass persona prodotti per l'evento e i relativi accessi. Nella figura 2.3 è riportato un esempio di *plancia pass* usato per l'evento Visionary Days 2018.

	SALA FUCINE	BACKSTAGE	CAMERINO	AREA LOUNGE
 <p><b>VISIONARY DAYS</b> TORINO - OGR 1 DICEMBRE 2018</p> <p><b>GUEST</b></p>	X			
 <p><b>VISIONARY DAYS</b> TORINO - OGR 1 DICEMBRE 2018</p> <p><b>MODERATORE</b></p>	X			
 <p><b>VISIONARY DAYS</b> TORINO - OGR 1 DICEMBRE 2018</p> <p><b>SPEAKER</b></p>	X	X	X	
 <p><b>VISIONARY DAYS</b> TORINO - OGR 1 DICEMBRE 2018</p> <p><b>MEDIA</b></p>	X			X
 <p><b>VISIONARY DAYS</b> TORINO - OGR 1 DICEMBRE 2018</p> <p><b>STAFF</b></p>	X	X	X	X

**Figura 2.3** - *Plancia Pass* per l'evento Visionary Days 2018.  
Con la "X" sono identificate le aree accessibili con il relativo pass.

Da quanto esposto si evince che in fase di pianificazione pre-evento la sicurezza, la logistica e il coordinatore del progetto, con il supporto di altre funzioni aziendali, dovranno:

- identificare le tipologie di pass migliori per l'organizzazione e la gestione dell'evento necessari all'identificazione degli attori dell'evento stesso. E' bene identificare pochi pass facilmente riconoscibili al fine di non complicare la gestione. Il team comunicazione si occuperà della grafica e di tutte le sue particolarità (sponsor, numeri in caso di emergenza, ecc)
- definire il piano di accesso di ciascun pass previsto durante l'evento

#### 2.3.6.4 Sicurezza del pubblico

Il punto di riferimento di questo paragrafo sono le misure che vengono adottate per i grandi eventi. Con i dovuti accorgimenti, è possibile adattarli agli eventi di piccole e medie dimensioni. Le leggi sono in continuo aggiornamento e sono molto articolate. Ai fini di questa tesi è bene sapere che entrano in gioco diverse figure, come riassunto da Francesco Santoianni durante una lezione nel "Corso operatori di emergenza per eventi e manifestazioni":

"Generalmente, l'organizzazione di un "grande evento" vede una suddivisione dei compiti tra le *Forze dell'ordine* (preposte alla prevenzione e repressione del crimine, inteso come borseggi, terrorismo, sommosse...), i *Servizi Sanitari* (preposti al primo soccorso), la *Security* (guardie del corpo incaricate della protezione dei VIP presenti all'evento), i *vigilantes* (incaricati della protezione delle strutture e della location), i *Vigili del Fuoco* (preposti agli incendi) e il *Servizio di Sicurezza* (preposto alla incolumità del pubblico, controllo degli assembramenti, soccorso a infortunati e al dare l'assistenza necessaria in caso di bisogno)."<sup>67</sup>

La gestione delle mansioni relative al servizio di comando e di sicurezza dei grandi eventi, prima dell'entrata in vigore della legge del 22 marzo 2012 n.27, veniva assegnata alla Protezione Civile. Con l'entrata in vigore di tale decreto, tutti i compiti che descriveremo verranno previsti e svolti dall'organizzatore dell'evento, a prescindere dalla dimensione dello stesso. A sua volta, l'organizzatore delegherà ad alcuni membri del suo team di produzione alcuni lavori. Per altri, invece, si interfacerà con aziende specializzate.

Il responsabile alla sicurezza deve:

- organizzare e coordinare la struttura del comando del servizio di sicurezza;
- selezionare e formare gli addetti al servizio di sicurezza;
- predisporre e coordinare i servizi sanitari indispensabili.

---

<sup>67</sup> Tratto da una lezione svolta nel "Corso operatori di emergenza per eventi e manifestazioni" della scuola Regionale Protezione Civile "E. Calcara" da Francesco Santoianni. Nonostante sia stata redatta nel 2008, è utile per fissare alcuni concetti base per la gestione dei grandi eventi.

<https://www.slideshare.net/francescosantoianni/i-grandi-eventi-presentation> slide 7/30

Nella fase di pre evento, è bene predisporre alcuni strumenti utili utilizzati per pianificare al meglio tutto ciò che riguarda la sicurezza: <sup>[68]</sup>

- *definizione dell'organigramma di tutte le persone preposte alla sicurezza*
- *definizione del piano di gestione della folla*  
(modalità di ingresso, di posizionamento e di uscita)
- *definizione degli scenari che verosimilmente potrebbero verificarsi immediatamente prima, durante e immediatamente dopo l'evento*  
(condizioni climatiche avverse)
- *redazione del piano di emergenza*  
(a seconda degli scenari previsti, si specifica chi deve far cosa)
- *redazione del piano di emergenza delle strutture poste all'esterno del luogo dell'evento*
- *definizione delle planimetrie delle strutture interne di sicurezza*
- *definizione delle planimetrie che servono il luogo dell'evento*  
(come parcheggi, punti di incontro, aree di ristoro, zone destinate a campeggio, reti varie, bagni, raccolta rifiuti, allacciamenti servizi con l'individuazione e identificazione dei responsabili di queste strutture)
- *supporto nella redazione di polizze assicurative inerenti la sicurezza stipulate dagli organizzatori dell'evento*

L'organizzatore dell'evento deve verificare che, nei giorni precedenti l'evento, tutte le attività pianificate siano state correttamente eseguite. Nello specifico, deve controllare che fisicamente siano state predisposte tutte le specifiche richieste nel piano di sicurezza e sia stato formato lo staff correttamente. Durante l'evento deve garantire il rispetto del piano di sicurezza e deve intervenire in caso di criticità o in caso di emergenza. Nella fase post-evento deve, infine, garantire un adeguato smaltimento di tutti i materiali di sicurezza, transenne, recinti, postazioni di controllo, ecc. ed è buona norma effettuare un *debriefing* per comprendere quali siano le aree dove bisogna effettuare un miglioramento o un'ottimizzazione.

### **2.3.6.5 Sicurezza dei lavoratori**

Le procedure riguardanti la sicurezza sul posto di lavoro sono indispensabili. È buona norma prevedere una formazione per tutto lo staff coinvolto in maniera diretta.

In linea generale, le informazioni da trasferire allo staff coinvolto sono le seguenti:

- le tecniche per alzare i pesi in modo sicuro
- come gestire in sicurezza le strumentazioni elettriche

---

<sup>68</sup> <https://www.slideshare.net/francescosantoanni/i-grandi-eventi-presentation> slide 4/30

- la segnaletica di sicurezza
- le procedure di primo soccorso
- le procedure da utilizzare in caso di casi specifici (calamità natura, smarrimento di minori, ecc.)

Ai fini di questa tesi è importante sapere che il responsabile dell'evento deve garantire che tutti i lavoratori coinvolti rispettino le norme di sicurezza imposti dalla legge e dal buon senso. <sup>[69]</sup>

---

<sup>69</sup> Per approfondire l'argomento si suggerisce di visitare il sito ufficiale del Ministero del Lavoro <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/salute-e-sicurezza/Pagine/default.aspx>



# Capitolo 3

## La comunicazione all'interno del reparto di produzione

In questo capitolo si andranno ad analizzare le comunicazioni che avvengono tra i vari reparti produttivi durante le fasi di *pianificazione delle attività* e di *esecuzione* di un evento. Si andranno ad analizzare in aggiunta anche alcuni strumenti già esistenti e già messi in campo al fine di ottimizzare la gestione del processo produttivo. Le diverse funzioni non dovranno mai lavorare per compartimenti stagni ma sempre in collaborazione e in comunicazione le une con le altre.

Come già evidenziato nei capitoli precedenti, ogni singolo evento ha dinamiche specifiche. Ad esempio, il *workflow* produttivo utilizzato per la realizzazione di una fiera di antiquariato, con molta probabilità, non andrà bene per la progettazione di un concerto di musica classica. Principalmente per questo motivo non esiste un ordine preciso per la preparazione dei vari documenti e dei diversi piani di lavoro che costituiscono l'evento.

Per ogni strumento di lavoro preso in esame, si analizzerà il suo utilizzo andando a evidenziare tutte le criticità comunicative riscontrate durante l'analisi del processo produttivo in fase di tirocinio.

Tutti i documenti, i piani, i progetti e gli strumenti di comunicazione presi in esame in questo capitolo saranno poi inseriti nel finale oggetto di questa tesi.

### 3.1 Le necessità comunicative

Organizzare un evento in generale richiede attenzione e spirito di cooperazione tra tutti i componenti del gruppo di lavoro. È importante prevedere e preparare tutto quello che sarà necessario con la dovuta tempistica.

Ogni singolo componente del team di produzione è dotato di un incarico preciso. Ogni incarico prevede una serie di *task* da eseguire. Ogni *task* richiede l'interazione con un altro componente del gruppo di lavoro o con un attore terzo. Più la comunicazione tra le persone sarà efficiente ed esaustiva e più tutte le mansioni saranno portate al termine nella maniera corretta.

Tutte le funzioni analizzate nel capitolo precedente presentano interazioni le une con le altre. Ad esempio, come già visto, la funzione logistica deve comunicare alla funzione

sicurezza tutte le tipologie di *badge* prodotte per l'evento al fine di organizzare al meglio tutte le aree e tutto il personale. Tutte le note di spesa riguardanti gli allestimenti devono essere notificate alla funzione amministrazione. Le specifiche tecniche degli impianti audio richiesti dal *management* di un artista in un festival devono essere comunicate alla funzione tecnica al fine di predisporre tutte le tecnologie necessarie per un corretto svolgimento del live.

Sulla base di questo possiamo affermare che ogni singolo componente di un team di produzione di un evento ha delle necessità comunicative direttamente proporzionali alla complessità del suo ruolo e dell'evento stesso.

Se, ad esempio, si organizza un festival di tre giorni con una *line-up* <sup>[70]</sup> composta da numerose band musicali, la funzione tecnica si interfacerà in maniera più corposa con le altre funzioni al fine di organizzare al meglio tutte le richieste pervenute dagli artisti.

Se si volesse ricreare un diagramma per analizzare graficamente tutte le interconnessioni relative a tutte le comunicazioni che avvengono in un team di produzione di un evento, avremmo come risultato un groviglio di fili simili ad una matassa di un gomitolo di lana. Questa affermazione non deve spaventare o preoccupare, ma deve far comprendere quanto il tessuto comunicativo sia complesso e articolato.

### 3.1.1 Comunicazioni primarie e secondarie

Ogni funzione stabilisce una scaletta relativa alle task da portare a termine in base a dei parametri temporali o assegnando delle priorità in termini di importanza e di complessità. Ad esempio, la stipula di un contratto di affitto di una location per l'evento ha priorità massima, in quanto dati relativi a capienza, dimensioni e portata hanno impatto notevole su tutte le altre funzioni. In controparte, le richieste di una band riguardante il vitto e l'alloggio hanno impatto non prioritario sulle diverse funzioni.

Al fine di ottimizzare la complessa rete delle comunicazioni tra reparti, tutte le necessità comunicative possono essere suddivise in due macro gruppi: **comunicazioni primarie** e **comunicazioni secondarie**.

La scomposizione di queste necessità avviene assegnando ad una comunicazione una priorità direttamente connessa con la priorità della task a cui è assegnata. In altre parole, se una task ha importanza prioritaria per tutto il tessuto produttivo, la necessità comunicativa strettamente connessa richiederà una comunicazione primaria.

Su questa base, si può quindi affermare che una comunicazione all'interno di un reparto di produzione di un evento viene identificata come **primaria** se e solo se

---

<sup>70</sup> Il dizionario inglese Cambridge descrive il significato di *line up* come "a group of people that has been brought together to form a team or take part in an event".

Il termine viene utilizzato anche nei festival italiani per descrivere tutti gli artisti che parteciperanno ad un evento musicale. Il termine più vicino alla traduzione di *line up* è "scaletta".

l'informazione contenuta in essa risulterà indispensabile al corretto svolgimento di una task di un componente del gruppo di lavoro. <sup>[71]</sup>

Si può dedurre, quindi, che la priorità non è assegnata in base alla comunicazione da elargire “al di fuori” della funzione, ma dalla necessità che un reparto ha nel richiedere un determinato tipo di informazione da un'altra funzione del team. Si basa, cioè, sulla necessità di ottenere una determinata informazione. È bene evidenziare che un dato acquisito da una funzione e apparentemente non importante ad essa può essere fondamentale per un altro reparto.

Per comprendere al meglio quanto detto, qui di seguito si analizzeranno alcuni esempi.

Ipotizziamo di avere in un evento alcuni ospiti VIP da far accomodare in una determinata area lounge predisposta alla loro accoglienza ed ospitalità. La funzione logistica avrà una task relativa alla definizione di uno spazio delimitato all'interno della planimetria. Il compito potrebbe risultare non prioritario dal punto di vista della funzione logistica se incombono alcune altre task da completare in maniera più urgente. Dal punto di vista della funzione sicurezza, invece, ottenere la planimetria con i punti di accesso e le aree limitate risulta di priorità primaria in quanto deve realizzare il piano di sicurezza e deve convocare un adeguato numero di personale. Per l'allestitore, inoltre, ottenere le dimensioni dell'area lounge all'interno della planimetria risulterà di priorità primaria in quanto deve predisporre tutti quanti gli elementi d'arredo. Possiamo quindi constatare che la funzione sicurezza e il responsabile dell'allestimento avranno una necessità comunicativa primaria in quanto il loro lavoro è dipeso dalla funzione logistica. Dal punto di vista della logistica, invece, determinare un'area lounge all'interno di una planimetria può essere vista come priorità secondaria.

Ipotizziamo di dover organizzare una cena di gala con il conferimento di alcuni premi legati al mondo dello sport. Essendo la cena stessa un elemento fondamentale per la corretta riuscita dell'evento, la necessità comunicativa primaria del catering sarà quella relativa al numero dei partecipanti e alle eventuali intolleranze di tali, oltre che alla stipula di un contratto che preveda un menù adeguato al livello degli ospiti. Dal punto di vista della logistica, quindi, comunicare quel dato sarà obiettivo primario tra le sue task. Invece, per la funzione tecnica, la necessità comunicativa primaria verterà sul numero degli artisti che si esibiranno durante lo spettacolo e alle modalità sceniche di consegna dei premi. La necessità di sapere il numero dei partecipanti alla cena sarà secondaria, in quanto un eventuale impianto audio adeguato si basa soprattutto sulle dimensioni della location. Per fare un esempio opposto, se ci fosse stato un semplice rinfresco di fine convegno, il catering avrebbe sì richiesto il numero dei partecipanti, ma la funzione logistica l'avrebbe potuta catalogare come comunicazione secondaria da passare.

Come terzo esempio ipotizziamo di dover organizzare una sfilata di moda di un determinato *brand*. Dal punto di vista tecnico, una necessità comunicativa primaria sarà quella di richiedere quali percorsi faranno i modelli e le modelle al fine di prevedere il

---

<sup>71</sup> Viene effettuata questa scomposizione in supporto allo sviluppo del prototipo di *webapp* proposto e progettato nel capitolo 5.

giusto *setup* luci per illuminare i capi d'abbigliamento. Si instaurerà una comunicazione primaria tra direttore della fotografia del *brand* di moda e funzione tecnica, al fine di esaltare al meglio i tessuti e i vestiti. Dal punto di vista della logistica, la comunicazione relativa al percorso della passerella risulterà secondaria. Per la logistica, ad esempio, una necessità comunicativa primaria sarà quella di recuperare il numero dei camerini da predisporre per i modelli, di come stoccare tutti i manichini con i vestiti e di come organizzare i trasporti in totale sicurezza.

Da questi esempi si evince che questo tipo di catalogazione, nella pratica, viene effettuata in maniera automatica e con l'aiuto del buon senso. Ogni funzione comprende autonomamente quali sono le priorità da assegnare alle informazioni da trasmettere o da richiedere agli altri componenti del gruppo.

Ai fini di questa tesi, è bene evidenziare che questa tipologia di distinzione viene formalizzata e riportata per il *workflow* del prototipo di web-app proposto nel **capitolo 5**.

### **3.1.2 Documentazione**

Nella fase di pre-produzione di un evento vengono redatti alcuni documenti utili al corretto svolgimento dell'evento stesso. Alcuni documenti presentati qui di seguito possono provenire da fonti terze esterne, ma sono allo stesso modo necessari e importanti al fine della manifestazione.

Di seguito si andranno ad analizzare i principali strumenti. Essi sono comuni alla maggior parte degli eventi. Si analizzeranno, inoltre, i punti di forza e alcune criticità che possono riscontrarsi.

#### **3.1.2.1 Manuale Operativo**

Il Manuale Operativo è lo strumento primario ed essenziale per una corretta gestione di un evento. Il compito di redigere il Manuale spetta al direttore di produzione. Lo scopo è quello di racchiudere all'interno di un unico documento tutte le informazioni essenziali per le persone che lavorano alla realizzazione dell'evento stesso. Dal questo Manuale ogni funzione estrae le informazioni propedeutiche al corretto adempimento delle task assegnate (piano delle pulizie, piano della sicurezza, ecc).

Il Manuale Operativo può essere redatto come semplice file di testo oppure come presentazione PowerPoint. Il documento può racchiudere moltissime informazioni e per ottimizzare la sua lettura ogni argomento viene catalogato sotto un indice. A titolo di esempio, viene riportato di seguito un estratto di un sommario:<sup>[72]</sup>

- L'evento
- Le location e gli allestimenti
- Il programma generale

---

<sup>72</sup> Tratto da un esempio riportato in Collesei U., Checchinato F., Dalle Carbonare M., *op. cit.* pp. 204

- Il piano di vendita<sup>[73]</sup>
- Il piano di comunicazione
- Il piano logistico
- Modalità di accredito
- Segnaletica e badge
- Parcheggi
- Piano delle pulizie
- Piano della sicurezza
- Arrivo degli attori principali
- Ospitalità
- Procedure speciali
- Staff
- Contatti

Come ripetuto più volte, ogni evento ha delle dinamiche specifiche. Per questo motivo, ogni Manuale Operativo avrà un indice diverso e potrà contenere o meno determinate informazioni.

Analizzando il Manuale Operativo dal punto di vista della comunicazione tra reparti produttivi, possiamo notare che si garantisce una certa uniformità di comportamenti, in quanto in esso sono contenute le istruzioni base dell'evento. È importante utilizzare uno strumento come questo per creare un punto unico per tutto lo staff dove trovare le linee guida per organizzare il tutto.

Andiamo ad analizzare ora alcune criticità corredate da una proposta di ottimizzazione.

### *1 - Catena di inoltro del Manuale*

Una volta redatto, il Manuale Operativo viene inviato ai responsabili di ogni funzione. Essi hanno poi il compito di inoltrarlo a loro volta ai propri collaboratori.

**PROBLEMA:** La catena di passaggio delle informazioni può essere critica se non c'è una corretta comunicazione all'interno dei reparti stessi. In pratica, per negligenza o per dissapori interni, si è constatato che i responsabili delle singole funzioni molto spesso interrompono questa catena di comunicazione e non rendono accessibile la lettura del Manuale al personale interno alla loro funzione. Oppure può accadere che un membro della funzione abbia perso il documento o, nel caos generale, non lo trovi più. Richiedere nuovamente il documento al proprio responsabile, molto spesso, può significare recare disturbo. Si è constatato che alcuni membri della funzione preferiscano "fare di testa

---

<sup>73</sup> Il Piano di Vendita è lo studio di come ottenere introiti dalla vendita di un evento a partner e sponsor. Vengono inserite le modalità di vendita di spazi pubblicitari, di stand, o di altro, pianificando tariffari e modalità contrattuali.

propria” o “andare a memoria” anziché risultare impreparati agli occhi di un responsabile.

**PROPOSTA:** Stampare fisicamente il Manuale e posizionarlo in un punto accessibile ai soli membri dello staff non è la soluzione migliore. Il Manuale, infatti, può essere molto voluminoso oppure lo staff può avere le mani sporche per via del lavoro che fanno e potrebbero rendere non consultabile. La soluzione proposta riguarda l’accesso tramite link esterno e consultazione del Manuale online o offline direttamente sul proprio smartphone o tablet. All’interno della web-app si includerà un link diretto e facilmente accessibile a tutto lo staff. Inoltre è previsto un campo “ricerca” dove digitare la parola chiave da trovare all’interno del documento al fine di ricavare l’informazione necessaria nel più breve tempo possibile e in qualunque luogo. In questa maniera viene interrotta la catena di passaggio delle informazioni e tutti i membri hanno a disposizione il Manuale Operativo dell’evento.

## *2 - Aggiornamento di una sezione*

Il Manuale Operativo può essere cambiato in corso d’opera o può essere aggiornato se ci son stati dei cambiamenti importanti. Ad esempio, è subentrato uno sponsor dell’ultimo minuto e bisogna predisporre uno stand dedicato o uno spazio informativo extra.

**PROBLEMA:** Comunicare il cambiamento o l’aggiornamento di una sezione del Manuale. L’utente è sommerso da mille email ed ha problemi a dare una priorità agli aggiornamenti ricevuti. Nelle grandi aziende si somma il problema di avere molto lavoro da svolgere in pochissimo tempo. La frenesia dovuta alle varie attività quotidiane, molte anche extra evento, portano alla perdita di aggiornamenti importanti.

**PROPOSTA:** Aggiornare il Manuale direttamente online e inviare una notifica sull’app di tale aggiornamento a tutti i membri. Inoltre, se il membro dello staff ha recentemente letto la sezione prima del suo aggiornamento, riceve una notifica extra che avverte che tale sezione è stata aggiornata. La notifica non scompare finché l’utente non avrà riaperto il Manuale e letto l’aggiornamento.

## *3 - Trasmettere informazioni importanti durante l’evento*

Durante lo svolgimento dell’evento si possono riscontrare alcuni problemi relativi alla trasmissione di informazioni urgenti.

**PROBLEMA:** Si verifica una particolare criticità durante l’evento. Tutti o parte dello staff deve venire a conoscenza del problema.

**PROPOSTA:** SMS o notifica sullo smartphone. In caso di emergenza assoluta, l’app ti permette di avviare una chiamata telefonica direttamente con il diretto interessato

mediante apposita rubrica interna. Unico limite riscontrabile nell'utilizzo di questo sistema può essere l'assenza di segnale telefonico o di una rete WiFi dove appoggiarsi. [74]

### 3.1.2.2 Rider

Il *rider* è un documento testuale inoltrato da un artista (o dal suo management) alla produzione di un evento. Nel *rider* sono presenti tutte le informazioni che una *venue* deve fornire al fine di ottenere la miglior performance possibile da parte dell'artista [75]. Nel documento si indica chi si esibisce, quali strumenti suona ogni persona, quali sono le dimensioni minime del palcoscenico, quale configurazione tecnica è indispensabile sul palco e altre nozioni relative alla tipologia di ospitalità.

Il *rider* è fondamentale all'interno di eventi musicali e teatrali di ogni genere. Inoltre, se si sta lavorando in una *venue* altamente professionale, il *rider* non solo è necessario ma è anche atteso dal management dell'artista stesso. Nella stipula di un contratto con un artista, il non rispetto delle indicazioni contenute in un *rider* mette a rischio l'intera produzione. Alcune clausole consentono la possibilità da parte di un *performer* di negare l'esibizione su un palco se non sono presenti determinate apparecchiature tecniche fondamentali per una corretta esecuzione dello show. Se non si rispetta il *rider*, infatti, potrebbero nascere problemi legati al danneggiamento dell'immagine stessa dell'artista.

Le figure professionali direttamente collegate con l'utilizzo di un *rider* riguardano la funzione tecnica, la funzione logistica e la segreteria di produzione. La tecnica si occuperà di tutte le richieste audio-video-luci richieste dall'artista. La logistica si occuperà dei trasferimenti e dell'ospitalità. La segreteria organizzativa prevederà eventuali alloggi e sovrintenderà altre funzioni.

Un *rider* solitamente è composto da tre parti:

- **info sul gruppo e sulla sua crew:** chi è nel gruppo, quali strumenti suona (specificando modelli e marche) e quali sono le loro esigenze sul palco. Sono riportati il numero dei microfoni necessari, degli amplificatori, di eventuali sedie e rialzi, di tutta la tecnica necessaria all'artista o al gruppo.
- **stage plot:** è lo schema riguardante il posizionamento dei vari strumenti sul palco. È fondamentale soprattutto per le band e per coloro che richiedono numerosi strumenti o attrezzature sul palco. Lo staff tecnico della *venue* predispose tutto il palco affinché le prove possano svolgersi nei tempi previsti. Ogni minuto perso a causa di ritardi di consegna del palco possono

---

<sup>74</sup> In alcuni eventi analizzati durante il mio tirocinio, ho riscontrato un uso comune riguardante l'inserimento al termine di ogni comunicazione testuale importante di una frase del tipo "rispondere OK per avvenuta lettura". Nel caso in cui il destinatario non avesse risposto a quel messaggio, il mittente nuovamente spediva il messaggio o, in caso di emergenza, contattava telefonicamente il diretto interessato.

<sup>75</sup> Fonte <https://www.icadenza.com/technical-rider/>

compromettere l'esibizione. Inoltre, in alcune situazioni, per via di diversi fattori i tempi di allestimento e di disallestimento possono risultare molto stretti. Di conseguenza, una buona pianificazione di tutte le attività è fondamentale. Essere in anticipo su ciò di cui si ha bisogno è fondamentale per il team di produzione di un evento.

- **ospitalità:** è tipico richiedere un camerino privato, un piatto di frutta, un pasto vegetariano o senza glutine (se si hanno restrizioni dietetiche o intolleranze) o oppure acqua in bottiglia. L'artista richiede qualunque cosa lo aiuti a concentrarsi sulla performance o a star bene in quel camerino. Molto spesso vengono richiesti drink o cibo particolare anche per il post-concerto.

Più è dettagliato il rider, più si eviteranno situazioni di stallo e criticità. Ad esempio, se c'è la necessità di avere delle sedie sul palco per l'esibizione, è bene specificare che tipologia di sedie son richieste (sgabelli da bar, sedie pieghevoli, panca per pianoforte, ecc). Se c'è bisogno di utilizzare un pianoforte a coda per un concerto sinfonico è importante sapere che tipo di accordatura va effettuata, il modello del pianoforte da noleggiare e qualsiasi altro dettaglio sia fondamentale da ricavare.

Dal punto di vista del team di produzione, tutte le informazioni e i dettagli presenti nel rider sono fondamentali per calcolare il tempo di allestimento e per fare un calcolo sul costo dello show. Ad esempio, una *venue* potrebbe non disporre di un determinato strumento musicale. Per ottemperare a questo problema, bisogna effettuare un noleggio. Il costo del noleggio viene messo all'interno del budget stanziato. Un altro esempio potrebbe riguardare la scritturazione di un particolare tecnico adibito ad una specifica funzione. Se è presente nella scheda tecnica un "*seguipersona*"<sup>[76]</sup> bisogna predisporre un tecnico luci che avrà il solo compito di utilizzare quel particolare strumento illuminotecnico.

Nella maggior parte dei casi, una produzione può richiedere il rider di un particolare artista prima di scritturarlo. La richiesta viene fatta per fare un'analisi dei costi e dei ricavi e per assicurarsi che la *venue* sia adeguata alle esigenze specificate.

Da quanto detto, si può constatare che il grado di complessità di un rider è direttamente proporzionale ai requisiti dello show e alla dimensione della band e della crew.

Il rider risulta fondamentale per lo sviluppo del prototipo di web-app. Infatti, mediante le specifiche richieste riportate su questo documento di lavoro verranno inoltrate comunicazioni differenti ai vari componenti del team di produzione [77].

---

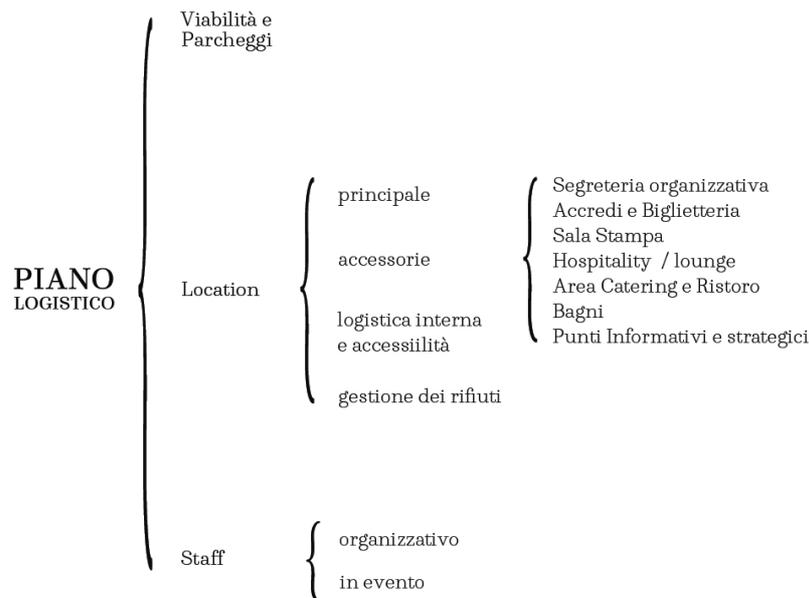
<sup>76</sup> Un *seguipersona*, meglio noto come "occhio di bue", è uno strumento illuminotecnico utilizzato per proiettare un fascio di luce concentrato e molto ben definito. Il faro è costantemente manovrato manualmente da un operatore luci. L'utilizzo tipico è quello di "seguire" un attore o un *performer* sul palcoscenico.

<sup>77</sup> Un esempio di rider è riportato in Appendice A.

### 3.1.2.3 Piano Logistico

Uno dei documenti più complessi da redigere riguarda la descrizione dei piani operativi di un evento. Il Piano Logistico è un documento sempre presenti in tutti gli eventi che si svolgono in uno spazio fisico<sup>[78]</sup>. La funzione tecnica si occupa di redigere il documento.

Nella **Figura 3.1** tratta da U. Collesei, F. Checchinato, M. Dalle Carbonare si riepilogano i contenuti presenti comunemente in un piano logistico.



**Figura 3.1** - Riepilogo dei contenuti del piano logistico. [79]

Si analizzano di seguito alcune problematiche che potrebbero riscontrarsi all'interno delle varie sezioni riportate nella **Figura 3.1**.

È bene specificare che anche per la funzione logistica si sono riscontrate problematiche in comune con quelle proposte nel paragrafo precedente relativo al Manuale Operativo.

<sup>78</sup> Durante la redazione di questa tesi, il settore degli eventi ha subito un importante mutamento a causa del Coronavirus. Gli eventi fisici si sono convertiti in eventi digitali. Seppur il piano logistico sia prevalentemente legato ad uno o più spazi fisici, ho constatato che anche negli eventi digitali viene adoperato un piano simile. Nello specifico, anziché prevedere spostamenti, ingressi, biglietti, ecc, si prevedono ingressi virtuali, spostamenti di materiale tecnico di casa in casa, ecc. In altre parole, anche negli eventi digitali è presente una variante di piano logistico.

<sup>79</sup> Nella figura si è concentrata l'attenzione sulle location accessorie in quanto la location principale è stata ampiamente discussa nel capitolo precedente. L'elenco riporta alcune delle aree che possono essere previste nei diversi eventi. La decisione finale di predisporre tali aree e tali location spetta all'organizzazione del singolo evento.

#### 4 - Accrediti: smarrimento busta

È bene specificare che in questa sezione per segreteria organizzativa si intenderà il luogo fisico dove è situata. Verranno specificati i casi in cui si indicasse la funzione segreteria organizzativa.

La predisposizione e la preparazione degli accrediti è una delle task svolte da e nella segreteria organizzativa.

Gli accrediti sono un insieme di buste che vengono consegnate ai diversi attori dell'evento. Al loro interno sono contenuti tutti i materiali utili (pass persona, pass audio, ticket pranzo, programma dell'evento, ecc). È molto importante comunicare ai singoli attori le informazioni utili per poter ricevere il proprio accredito.

Se non organizzata correttamente, la fase di accredito può far nascere criticità e ritardi rilevanti durante l'evento

**PROBLEMA:** una busta di accredito è stata smarrita oppure non è stata preparata. Il rischio è quello di creare confusione nel *desk* accrediti e quella di creare dei tempi di attesa extra con conseguente formazione di coda.

**PROPOSTA:** una lista delle persone accreditate è presente nel database della web-app. Chi avrà il compito di creare le buste avrà l'accesso in sola lettura alla lista e avrà il compito di smarcare mediante apposita sezione ogni singolo ospite man mano che prepara le buste.

La comunicazione tra il responsabile degli accrediti e la segreteria organizzativa può risultare critica soprattutto sotto stress sia a pochi giorni dell'evento sia durante l'evento stesso. Oltre a mantenere la calma, è importante predisporre un sistema visivo semplice e chiaro come quello di una semplice casella di ricerca dove digitare il nome.

Nel caso in cui ci fosse un problema al desk, l'hostess contatta il responsabile il quale ha accesso al database per verificare subito se l'ospite è registrato oppure no. Di conseguenza, se presente in lista, provvede a preparare una busta lui stesso al momento oppure, in caso di eventi più grandi, segnala il problema nell'apposita sezione dell'app e arriva una notifica direttamente alla segreteria organizzativa la quale provvederà di conseguenza.

#### 5 - Arrivo inaspettato di un ospite illustre

**PROBLEMA:** Un ospite illustre si presenta alle porte del vostro evento senza aver comunicato la sua presenza. È un caso limite, ma può accadere che nella notte antecedente un evento un particolare esponente politico, un vip o un'ospite illustre confermi la sua presenza alla manifestazione.

Le criticità si presentano dal punto di vista logistico e della sicurezza. Di norma, le personalità di spicco si muovono con una o più guardie del corpo ma potrebbero risultare insufficienti. Di conseguenza, il responsabile dell'evento può decidere di coinvolgere la propria funzione sicurezza che sposterà degli addetti da una postazione ad un'altra.

**PROPOSTA:** L'organizzatore (o chi individuato in fase di pre-produzione) ha a disposizione una sezione suddivisa per tipologia di problema dedicata ai messaggi "broadcast", ovvero notifiche a tutti gli utenti (o una determinata lista). Ad esempio, invia una notifica del tipo "VIP INATTESO" e digita il nome. Tutti gli utenti riceveranno una notifica visibile anche senza sbloccare lo smartphone.

L'organizzatore, inoltre, ha la possibilità di segnalare nello specifico alla sicurezza se bisogna predisporre uno o più uomini a seguire l'ospite.

È sempre presente un bottone di chiamata al responsabile di ogni settore per comunicazioni di assoluta emergenza.

Ci possono essere anche altri problemi nel settore della logistica, come *misunderstanding* con i fornitori, cambi di programma dell'ultimo minuto, ritardi nelle consegne di materiale, relatori/artisti mancanti, ecc. Per notificare questi problemi si implementerà un sistema di notifiche tramite la web-app. Ogni funzione avrà a disposizione la possibilità di inoltrare messaggi con obbligo di lettura a singoli utenti, notifiche push e messaggi broadcast. <sup>[80]</sup>

#### **3.1.2.4 Indicazioni e accessibilità**

Il termine **logistica interna** si utilizza per tutte quelle attività che hanno come finalità l'individuazione e la predisposizione di percorsi utili a raggiungere i punti nevralgici di un evento. Non solo la location principale, ma anche le location secondarie quali la zona di accredito, l'area ristoro, i punti informativi, i servizi igienici, il guardaroba e/o eventuali punti di interesse.

In base alla tipologia di evento, è bene individuare percorsi non solo idonei a persone con disabilità motorie, ma anche idonei al passaggio di passeggini. I percorsi predisposti devono presentare accesso facilitato, nessun impedimento (come buche o ostacoli) e devono essere ben illuminati. Inoltre, è bene valutare la presenza di eventuali code soprattutto in prossimità dei centri di accredito e della biglietteria.

Il compito di pianificare e predisporre i percorsi e le indicazioni spetta alla funzione logistica. Oltre a realizzare una mappa con i percorsi e i punti nevralgici della/e location, deve provvedere anche a distribuirle durante l'evento ai vari visitatori e attori. La mappa può essere diffusa mediante stampa cartacea, mediante sito web o app dell'evento oppure può essere affissa in vari punti delle sale. È compito della funzione logistica predisporre tutti i locali di apposita segnaletica in grado di fornire indicazioni utili riguardante la corretta direzione per raggiungere il luogo desiderato. Tempi di percorrenza e la possibilità di percorrenza (ovvero se il percorso è di facile percorrenza

---

<sup>80</sup> Si analizzerà nel **paragrafo 3.2** relativo alle "Applicazioni esistenti per comunicare" perché scegliere un sistema di questo tipo anziché un semplice messaggio su un gruppo Whatsapp o Slack.

anche per carrozzine ) sono informazioni utili da apporre nelle varie segnaletiche e sono spesso ben gradite da parte dei visitatori dell'evento.

Il luogo dove apporre la segnaletica è un aspetto importante da considerare durante la fase di pianificazione. Infatti, è indispensabile valutare sulla mappa e sul campo tutti i flussi di percorrenza per arrivare a un particolare punto partendo da diversi luoghi di avvio.

Nella **Figura 3.2** si riporta un esempio di indicazione segnaletica.



**Figura 3.2** - Indicazione Segnaletica realizzata per l'evento View Conference 2019 presso le OGR di Torino

Dal punto di vista della comunicazione tra reparti, si evidenziano molteplici relazioni all'interno della funzione logistica stessa. Il responsabile della funzione logistica coordina e sovrintende le fasi di pianificazione dei percorsi sulla mappa interfacciandosi con il suo staff interno.

La funzione logistica, successivamente, si interfaccia con la funzione comunicazione per ottenere un'immagine coordinata sulla stampa di tutte le indicazioni. La necessità comunicativa primaria della funzione logistica è quella di trasmettere la mappa con i percorsi e l'elenco dei cartelli da stampare alla funzione comunicazione. Il fine è quello di ottenere un'immagine coordinata su tutte le stampe e la divulgazione della mappa su eventuali dispositivi digitali.

Il compito di apporre tutte quante le indicazioni spetta allo staff della funzione logistica.

#### *6 - Mancanza di segnaletica*

**PROBLEMA:** Durante l'allestimento è buona prassi testare tutte le vie che i visitatori percorreranno. Una criticità che potrebbe riscontrarsi riguarda la mancanza di uno o più cartelli utili alla comprensione del percorso.

**PROPOSTA:** Sulla web-app è disponibile un elenco con tutti i cartelli disponibili e pronti all'uso forniti dalla funzione comunicazione. Dove possibile, viene mandata la

stampa direttamente dall'app. La funzione comunicazione, inoltre, caricherà un template di un modello di base di cartellonistica accessibile alla funzione logistica.

Il responsabile della funzione logistica viene avvertito solo se non è presente un cartello all'interno dell'elenco. Se il suo intervento non è indispensabile, delega la stampa di nuovi cartelli direttamente ad un membro del suo staff, il quale troverà a disposizione un *template online* fornito dalla funzione comunicazione.

### 3.1.2.5 *Tabella Convocazioni Staff*

Con il termine staff si indica l'insieme delle persone coinvolte direttamente nella struttura organizzativa e coloro che vengono assunte esclusivamente per la finalizzazione dell'evento. Ad esempio, uno staff tipico è composto da facchini, hostess, steward, addetti al guardaroba, personale di sicurezza, biglietteria, fotografi e *videomaker*.

La funzione logistica si occupa del coordinamento dello staff. In alcuni casi, invece, lo staff viene gestito direttamente dalla segreteria organizzativa o dal direttore di produzione. Il coordinamento si rende necessario in quanto ogni funzione può presentare delle richieste di personale aggiuntivo. Se la produzione di un evento richiede numerose maestranze, tutte le necessità vengono convogliate in un'unica richiesta fornita ad una agenzia esterna.

Dal punto di vista comunicativo, il responsabile designato al coordinamento dello staff inoltra una richiesta delle necessità a tutti i responsabili delle singole funzioni. Le informazioni fondamentali che devono pervenire al coordinatore riguardano il numero del personale specifico (ad esempio facchini, tecnici, ecc) e il periodo di convocazione (giorno e ora). Se previste dal contratto stipulato con gli attori terzi, in aggiunta si individuano le esigenze specifiche relative ad esempio al vitto<sup>[81]</sup>, all'alloggio e al trasporto.

Il responsabile al coordinamento fissa una data ed un orario per un *briefing* di allineamento con tutto lo staff coinvolto in evento. È importante predisporre materiali informativi specifici per lo staff aggiuntivo all'interno dei contenuti del Materiale Operativo. Il fine è quello di ottenere il più elevato standard qualitativo delle risorse coinvolte.

Per quanto riguarda la parte contrattuale relativa all'assunzione del personale temporaneo, in questa sede è bene evidenziare solamente due tipologie di contratto: lavoro occasionale e fornitura di servizi. Il primo viene redatto direttamente dall'organizzazione dell'evento, il secondo viene stipulato con un'agenzia specializzata. In base alla tipologia del contratto, l'interlocutore della segreteria organizzativa potrà essere il lavoratore direttamente interessato o l'agenzia.

Nella **tabella 3.1** si riporta un esempio di convocazioni del personale aggiuntivo.

---

<sup>81</sup> Il vitto non deve essere messo in secondo piano. Durante il tirocinio ho constatato in maniera diretta che un tecnico con "lo stomaco pieno" è un tecnico migliore. Si potrebbero creare alcuni disguidi se questi aspetti vengono trascurati.

	7 GIUGNO		8 GIUGNO				9 GIUGNO		Note
	Allestimento		Evento				Disallestimento		
	n.	orario	n.	orario	n.	orario	n.	orario	
Facchini	10	08.00 22.00	2	09.00 18.00	2	09.00 18.00	10	08.00 22.00	
					10	18.00 22.00			
Guardaroba			5	09.00 18.00	5	09.00 18.00			Richiesta Lingua Inglese
			2	19.00 23.00					
Hostess									
Sicurezza									
Pulizie									
...									

**Tabella 3.1** - Esempio di convocazione del personale aggiuntivo.

È possibile notare come la topologia e il numero di persone coinvolte dipenda direttamente dall'arco temporale di apertura dell'evento e dalla mole di lavoro da svolgere durante le varie fasi.

Il piano dello staff deve essere comunicato per tempo a tutti gli attori direttamente coinvolti. Una mancanza di comunicazione di questo piano presenta grossi problemi durante le fasi di allestimento e disallestimento e durante l'evento stesso al punto da poter compromettere una corretta finalizzazione del tutto.

### *7 - Un elemento dello staff non si sente bene*

**PROBLEMA:** Durante l'allestimento, il disallestimento o l'evento stesso un membro dello staff ha un problema di salute e devo assentarsi o avere soccorso..

**PROPOSTA:** Se l'evento è di dimensioni grandi e il budget lo permette, ogni funzione predispone assistenti aggiuntivi che subentrano in caso di emergenza. Se la produzione è medio-piccola, è bene che un altro membro dell'organizzazione sia a conoscenza delle informazioni base per svolgere quel compito in modo tale da intervenire adeguatamente e tempestivamente e limitare i danni.

### 3.1.2.6 Diagramma di Gantt

Il passaggio più importante per un responsabile è quello di monitorare lo stato di avanzamento dei lavori. Il rispetto dello *schedule* è fondamentale per tutta la produzione. Eventuali ritardi potrebbero compromettere la buona riuscita di tutto l'evento. Solo attraverso le attività di monitoraggio si possono capire quali siano le differenze tra quello che è stato concepito e la realtà<sup>[82]</sup>.

Uno strumento utile alla gestione del progetto evento è il diagramma di Gantt. Ideato nel 1917 dall'ingegnere statunitense Henry Lawrence Gantt<sup>[83]</sup>, il diagramma presenta l'andamento temporale di tutte le attività elementari da svolgere per la finalizzazione di un progetto. Il diagramma è composto da due assi: uno orizzontale ed uno verticale. L'asse orizzontale rappresenta l'arco temporale totale del progetto e può essere suddiviso in giorni, settimane, mesi o anni. L'asse verticale rappresenta le *task* o le attività che costituiscono il progetto.

All'interno del diagramma sono presenti dei blocchi orizzontali di lunghezza variabile. Essi rappresentano ogni singola attività del progetto dal punto di vista della sequenza, della durata e dell'arco temporale in cui viene (o dovrebbe essere) svolta. L'insieme di tutte le attività del progetto costituiscono la *work breakdown structure*<sup>[84]</sup>.

I blocchi possono essere sovrapposti e possono avere in comune un arco temporale. In tal caso, si indica uno svolgimento in parallelo di più attività. Una linea verticale scandisce il tempo.

Il diagramma di Gantt rappresenta graficamente un calendario di tutte le attività inerenti ad un progetto (nel nostro caso, alla pre-produzione di un evento). Il fine è quello di pianificare, coordinare e tracciare specifiche *task* visivamente, avendo così una chiara illustrazione dello stato di avanzamento di tutto quanto.

Un diagramma di Gantt permette dunque la rappresentazione grafica di un calendario di attività, utile al fine di pianificare, coordinare e tracciare specifiche attività in un progetto dando una chiara illustrazione dello stato d'avanzamento del progetto rappresentato. L'intero diagramma viene gestito e coordinato dal direttore di produzione e tutte le singole funzioni ne hanno accesso in sola lettura. Dopo che una funzione ha completato un'attività, si coordina e confronta con il direttore di produzione. Se l'attività non richiede ulteriore lavoro, viene smarcata (graficamente assume il colore verde per indicare il suo completamento). Invece, se si presentano incongruenze, il direttore di produzione può modificare la dimensione del blocco allocando tempo extra. Oppure può prendere provvedimenti di altro tipo.

Uno degli aspetti spesso trascurati e di conseguenza fonte di problematiche nella creazione di un diagramma di Gantt è l'interdipendenza delle attività. Alcune *task*

---

<sup>82</sup> Bove A., "Strategic Planning. Come definire, pianificare ed eseguire una strategia di business vincente.", HOEPLI, 2011

<sup>83</sup> Fonte "Enciclopedia Treccani Online" - [www.treccani.it](http://www.treccani.it)

<sup>84</sup> Si approfondirà la discussione di questo strumento nel **capitolo 5**.

necessitano del completamento di altre *task* per essere svolte. Ad esempio, la non stipula di un contratto con una *venue* per realizzare un evento compromette la partenza di attività successive come la pianificazione degli spazi, le planimetrie tecniche, ecc. Inoltre, ad ogni singola attività può essere assegnato un costo da attribuire alle risorse impiegate. Una cattiva programmazione può comportare spese extra e sfori di budget.

Da un punto di vista comunicativo, è fondamentale comunicare qualsiasi problematica relativa al non rispetto delle *deadline* di consegna delle singole attività tempestivamente al direttore di produzione. Ogni minuto perso può comportare problemi di budget.

A titolo di esempio, nella **Figura 3.3** si riporta un esempio di diagramma di Gantt realizzato per la terza edizione dell'evento Visionary Days svoltasi nel 2019.

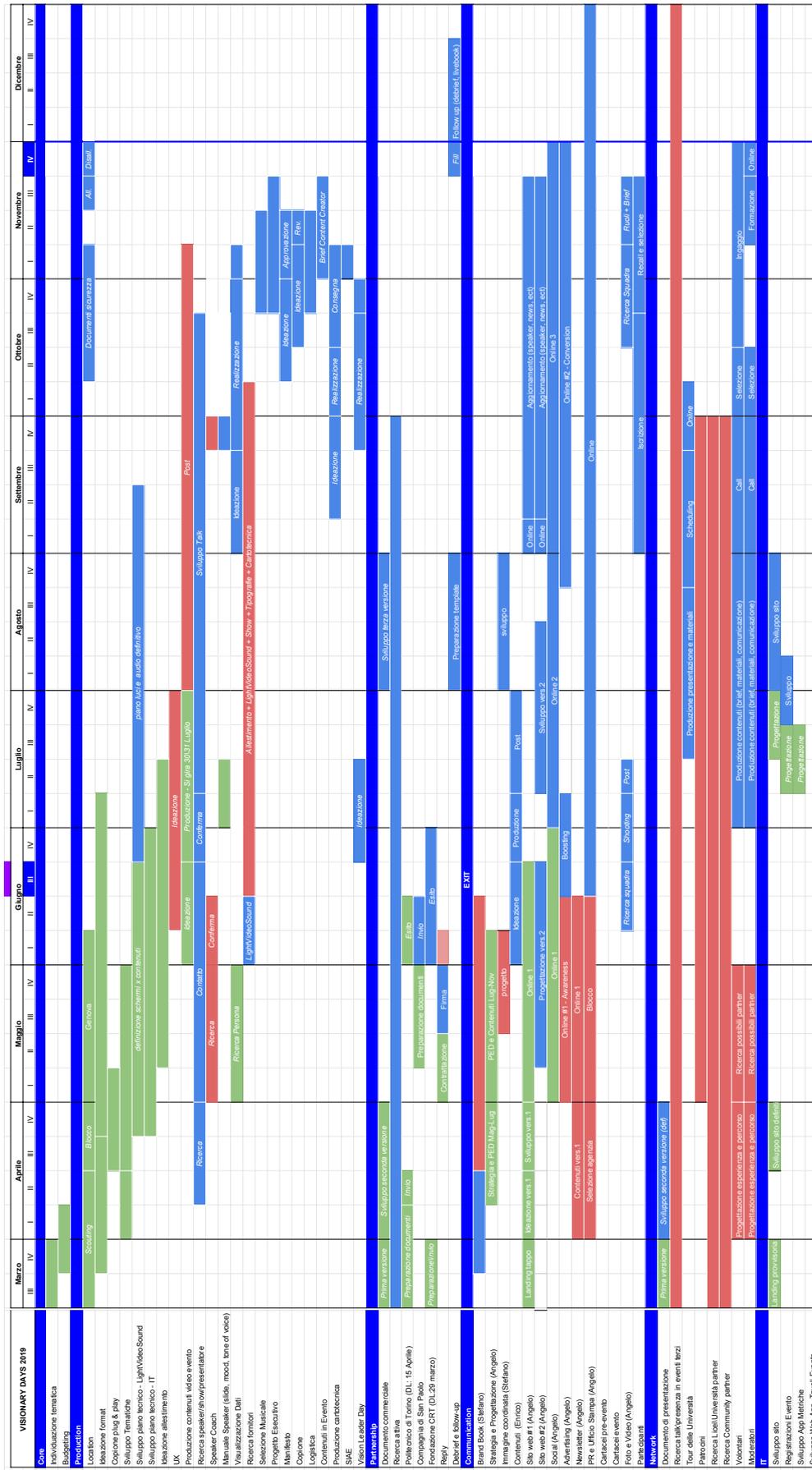


Figura 3.3 - Diagramma di Gantt realizzato produzione Visionary Days 2019

### 3.1.2.7 Richieste di permessi

Un ultimo aspetto da riportare riguarda la comunicazione con enti esterni al fine di ottenere il rilascio di permessi.

Le principali vie di comunicazioni si stabiliscono in base ad alcuni parametri di un evento:

- localizzazione  
se un evento si svolge all'aperto e sul suolo pubblico bisogna ottenere il rilascio di un permesso da parte del Comune o dell'ente preposto;
- utilizzo di contenuti sonori e/o visivi  
in Italia si richiedono permessi SIAE per l'utilizzo di impianti di filodiffusione, impianti audio di sonorizzazione, proiezioni ed utilizzo di materiale coperto da copyright;
- vendita al dettaglio  
in base alle norme vigenti, si richiedono i permessi per il libero commercio all'interno di una *venue* o si richiedono i permessi e le agibilità per la vendita di cibo e bevande;
- biglietteria  
se un evento è accessibile tramite biglietto a pagamento bisogna comunicare alla SIAE le informazioni relative a tale vendita e concordare una *fee*. Se l'evento è gratuito, bisogna comunque segnalarlo durante la richiesta del permesso elencato precedentemente.

Ogni permesso richiesto ed ottenuto comporta una voce da aggiungere nel budget delle spese sostenute. Il mancato rilascio di uno o più permessi può compromettere la riuscita dell'evento e si può incorrere in sanzioni salate.

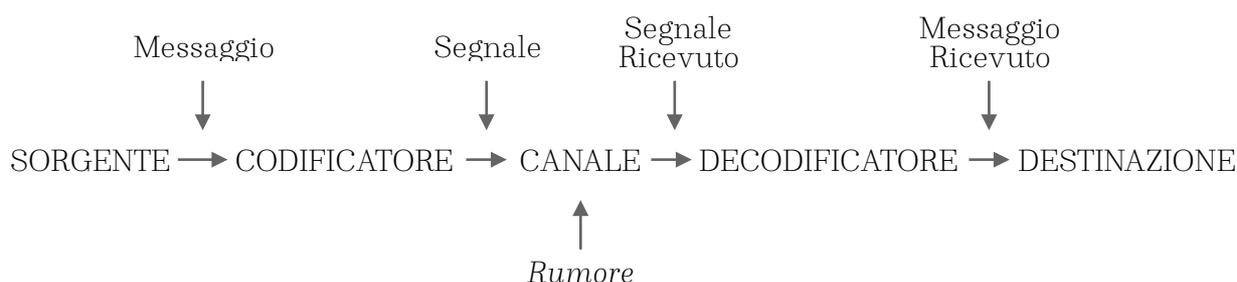
Al termine dell'evento è solito effettuare una constatazione con alcuni enti della corretta comunicazione dei dati in fase preliminare. In altre parole, se ad esempio ho realizzato una serata musicale con alcuni brani eseguiti dal vivo, al termine viene compilato un *borderò* con l'elenco delle tracce con i relativi autori e verrà consegnato all'ufficio SIAE non appena possibile. Un altro esempio riguarda la vendita effettiva dei biglietti. La percentuale relativa al numero dei biglietti "strappati" va comunicata tempestivamente e va pagato quanto pattuito.

Con i moderni sistemi informatizzati la maggior parte di questi processi avviene in automatico e in tempo reale online.

La comunicazione è incentrata tra responsabile di una funzione specifica ed ente preposto. Ad esempio, la segreteria organizzativa si interfacerà con la SIAE per il rilascio dei permessi. Mentre per quanto riguarda l'occupazione del suolo pubblico, gli attori che entrano in gioco sono il direttore di produzione (o chi viene designato) e gli enti comunicati preposti.

### 3.1.3 Linguaggio

Quando si comunica, in generale, si mettono in comune messaggi e informazioni con altre persone. Per veicolare questi dati si adopera un particolare linguaggio attraverso un canale di comunicazione. Shannon e Weaver furono tra i primi ad elaborare un modello matematico per descrivere tutti i fattori che entrano in gioco in una comunicazione<sup>[85]</sup>. Nella **Figura 3.4** si riporta il modello matematico elaborato dagli studiosi.



**Figura 3.4** - Schema della comunicazione secondo Shannon e Weaver <sup>[86]</sup>

Si prenda in esempio una classica chiamata telefonica. L'interlocutore che ha avviato la chiamata si può considerare come *sorgente*. Colui o colei che riceve la chiamata è identificato come *destinazione*. Il *codificatore* ed il *decodificatore* sono apposite parti elettroniche presenti nell'apparato telefonico, ovvero i componenti che convertono la modulazione della voce in oscillazioni elettriche e viceversa. La conversazione linguistica è il *messaggio*, la rete mobile (WiFi, 3G, 4G o la più moderna rete 5G) è il *canale*. La sequenza di bit trasmessa sulla rete rappresenta il *segnale*. Il *rumore* può essere identificato come disturbi esterni della rete, rumore ambientale, agitazione termica, ecc.

Numerose teorie contemporanee in materia di comunicazione si basano su questo modello matematico proposto da Shannon e Weaver.

Applicando il modello matematico alla tesi proposta, possiamo affermare che:

- la *sorgente* viene identificata come il responsabile della funzione che deve trasmettere un *messaggio* ad un *destinatario* (interno o esterno alla funzione stessa o all'organizzazione)
- il *codificatore* e il *decodificatore* è lo strumento con il quale effettuare tale comunicazione (la web-app)

<sup>85</sup> Per un approfondimento si veda Shannon C., Warren W., *"The Mathematical Theory of Communication."*, Urbana, University of Illinois Press, 1949

<sup>86</sup> Volli U., *"Il nuovo libro della comunicazione. Cosa significa comunicare: idee, tecnologie, strumenti, modelli."*, Milano, Il Saggiatore, 2010

- il *canale* è la rete internet mobile o fisica
- il rumore può essere identificato come i disturbi fisici della comunicazione (assenza di rete, incompletezza del caricamento di alcuni dati, ecc).

Il linguista Roman Jakobson, in aggiunta al modello matematico di Shannon e Warren, ha descritto il processo comunicativo identificando oltre al mittente, al destinatario, al messaggio e al canale anche due altre caratteristiche ricorrenti: il *contesto* e il *codice* [87].

Il *codice* è l'insieme dei segni usati per comunicare e le regole per utilizzarli e combinarli insieme. Per permettere la comprensione, un messaggio deve venir formulato mediante codice verbale o non verbale conosciuto sia dal mittente che dal destinatario. Un *linguaggio* è un mezzo mediante il quale vengono soddisfatte le esigenze comunicative. In altre parole, un linguaggio è un sistema di segni mediante il quale si comunica. Tali segni acquistano significato e senso logico solo se collegati con altri segni.

Il *contesto* è lo scenario d'insieme delle informazioni e conoscenze che, essendo comuni sia al mittente sia al destinatario, consentono l'esatta comprensione del messaggio.

Un problema riscontrato nelle comunicazioni di ogni tipo all'interno di un team di produzione di eventi riguarda l'utilizzo di un linguaggio settoriale tecnico.

### 3.1.3.1 Linguaggio Settoriale Tecnico

Un linguaggio settoriale viene definito nell'Enciclopedia dell'Italiano come:

“[...]il modo di esprimersi (parole, espressioni, termini tecnici, ecc.) proprio di un ambito specialistico, in particolare (ma non soltanto) di natura tecnica e scientifica.” [88]

Un linguaggio settoriale spesso si discosta dal lessico comune o lo si usa in situazioni specifiche. Un *settore*, ad esempio, è quello dell'idraulica, dell'elettronica, della vulcanologia o della teoria dei segnali. Si identificano anche ambiti più ampi come il settore sportivo, quello giuridico o quello medico.

Dato lo sviluppo delle nuove discipline e l'innovazione delle nuove tecnologie, i linguaggi settoriali tecnici tendono ad essere in costante aggiornamento.

I tipi di linguaggi settoriali si dividono in tre grandi categorie: comunicazioni relative ad attività pratiche, comunicazioni di ordine teorico-scientifico nell'ambito delle scienze umane e sociali, comunicazioni in ambito delle scienze reali ed esatte (ad esempio matematica, fisica, biologia). Il linguaggio tecnico adoperato nel settore dell'organizzazione di eventi ricade nella prima categoria elencata.

---

87 Gagliardi C., *Jakobson Roman*, in Franco LEVER - Pier Cesare Rivoltella - Adriano Zancchi (ed.), “*La comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*”, [www.lacomunicazione.it](http://www.lacomunicazione.it).

88 Rovere G., *Linguaggi Settoriali*, in Raffaele S. (ed.), “*Enciclopedia dell'Italiano*”, Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana, 2010.

Il linguaggio tecnico viene utilizzato da tutti i vari settori coinvolti in un team di produzione di eventi. Ogni funzione può presentare un lessico aggiuntivo specifico. Si adopera un gergo *ad hoc* per velocizzare il passaggio delle informazioni e delle comunicazioni tra gli addetti ai lavori. Le parole e le espressioni tecniche sono caratterizzate da un alto grado di economicità. In altre parole, un “*tecnicismo*” permette di esprimere un concetto o identificare uno specifico oggetto con un quantitativo di parole di gran lunga inferiore rispetto al linguaggio comune. Ad esempio, l’uso della parola *pax* si usa per indicare il numero di attori coinvolti in un evento sia dal punto di vista dei partecipanti che dal punto di vista degli addetti ai lavori.

Un altro esempio riguarda il *press tour*. Con questo termine si identificano le visite guidate e organizzate nello specifico per i giornalisti all’interno dei luoghi di interesse per lo sponsor o per l’ente patrocinante.

Per i tecnici audio, con il termine *F.O.H.* (letto “all’italiana” FOA) si identifica il *Front Of House*, ovvero quello spazio di fronte al palco principale dove posizionare la regia audio e la regia luci dell’evento. Molto spesso, con l’uso di questo termine, si indica anche il miglior punto dove poter ascoltare un concerto o una manifestazione musicale. Per i grandi eventi questa posizione è studiata in maniera congenita per avere come risultato il miglior punto di ascolto dove poter eseguire un corretto messaggio di tutti i suoni provenienti dal palco.

### **3.1.3.2 Problemi riscontrati nell’uso di un gergo specifico**

L’uso di un gergo specifico comporta alcuni problemi di trasmissione delle informazioni soprattutto con personale esterno all’area di competenza.

Seppur sia ormai una competenza richiesta sempre durante un colloquio di lavoro, l’uso della terminologia in lingua inglese potrebbe comportare un problema. Ad un primo impatto alcune sigle e acronimi possono essere fraintesi o banalmente confusi.

Non sempre il ricevente è in grado di comprendere e decifrare correttamente il messaggio. Se l’obiettivo della comunicazione è un target medio, una persona non sufficientemente preparata sulla materia, il linguaggio tecnico deve essere ridotto al minimo, perché il lettore potrebbe non comprendere il messaggio.

Il seguente esempio è tratto da un’esperienza diretta avuta in prima persona con un cliente e risulta essere molto utile per la comprensione di quanto alcuni tecnicismi siano superflui per una corretta trasmissione delle informazioni. A causa del covid-19 un’associazione di psicologi torinesi decide di realizzare un convegno *all digital* all’interno della piattaforma Zoom riguardante alcuni temi della psicologia moderna. L’evento si basa su una scaletta che prevede una serie di *speech* realizzati da alcuni relatori collegati tramite Skype e posizionati all’interno di una grafica predefinita. L’utente finale è posizionato su Zoom e assiste e partecipa attivamente all’incontro intervenendo quando chiamato in causa. Durante una riunione preliminare di produzione, il cliente chiede alcune spiegazioni sul perché è preferibile usare Skype per i collegamenti con gli *speaker* anziché altre piattaforme. La risposta riguarda l’uso di

un protocollo di trasmissione *over-IP* chiamato NDI che permette una qualità maggior ed una ricezione singola di ogni partecipante alla chiamata Skype. Il team di psicologi, come prevedibile, non ha ben capito questa risposta. Anzi, ha scambiato l'acronimo NDI (*Network Device Interface*) con un acronimo riguardante l'utilizzo di una metodologia di comprensione dell'ascolto di un famoso psicologo. L'aneddoto qui riportato è l'esempio lampante di quanto i tecnicismi debbano essere usati con parsimonia e nel giusto contesto.

In conclusione, è bene sottolineare che è buona norma da parte del mittente utilizzare un linguaggio comprensibile per il destinatario al fine di evitare problemi di comunicazione.

## 3.2 Applicazioni esistenti per comunicare

Sul mercato esistono numerose applicazioni per comunicare in tempo reale con uno o più contatti. Che siano di messaggistica istantanea o di *Voice Over IP*, ogni team di produzione usa di base una o più app per comunicare con il resto del team.

La maggior parte delle app proposte vengono usate non solo in ambito lavorativo ma anche nella sfera quotidiana. L'utilizzo di un sistema nella vita comune facilita notevolmente l'integrazione con il suo utilizzo in ambito lavorativo.

Qui di seguito si analizzano le principali applicazioni utilizzate in numerose produzioni. Sono state scelte per diffusione e specificità.

### 3.2.1 WhatsApp



WhatsApp è di sicuro l'app di messaggistica istantanea più diffusa sia in ambito lavorativo che in ambito privato.

Il nome completo è Whatsapp Messenger. Il primo rilascio risale al 2009 e dal 2014 è entrata a far parte del gruppo Facebook guidato da Mark Zuckerberg.

Il nome WhatsApp deriva dall'espressione inglese *What's Up* (in italiano "Che cosa succede?"). I due inventori Jan Joum e Brian Acton assegnarono questo nome in relazione alla possibilità iniziale di avere uno *status* accanto ai singoli nomi degli utenti.<sup>[89]</sup> L'idea era quella di avere un social network in stato embrionale che permettesse di avvisare la propria rete di contatti del proprio status, ovvero l'utente avvisava se si trovava a lavoro, se stava cenando o se stava facendo attività sportiva. L'obiettivo era quello di evitare di ricevere telefonate e di non poter rispondere perché

---

<sup>89</sup> <https://www.whatsapp.com/about/>

indaffarati. <sup>[90]</sup> Dopo alcune problematiche relative al sistema, con il rilascio da parte di Apple delle notifiche push <sup>[91]</sup> Whatsapp inizio a prendere piede proprio per la rapidità di “pingarsi” a vicenda, ovvero di aggiornare il proprio status con molta frequenza e raggiungere tutta la propria rete di contatti.

Un altro punto di forza che ha giocato notevolmente la partita della diffusione di Whatsapp è stata la possibilità di effettuare il login su qualunque dispositivo mediante esclusivamente il proprio numero di telefono. Altri sistemi esistevano già, come ad esempio BlackBerry il quale permetteva di avere un’app di messaggistica istantanea ma il problema è che girava solo su BlackBerry. Whatsapp, invece, girava da prima su tutti gli iPhone e poi, in seconda battuta, su tutti gli altri smartphone esistenti.

La diffusione di Whatsapp fu determinata anche dall’assenza di pubblicità. Non esistono intermezzi ma solo l’utente e l’app. Inoltre, l’interfaccia era (ed è) assolutamente semplice da utilizzare e permette a tutte le generazioni un corretto utilizzo.

Dal 2015 è stata rilasciata una versione di Whatsapp per computer desktop e per browser web.

Uno dei punti a favore nell’utilizzo di WhatsApp in un qualsiasi lavoro risiede nel fatto che ormai tutti abbiamo installato quest’app di messaggistica istantanea. La sua diffusione, infatti, è un punto cardine nella scelta di un sistema di comunicazione rapido ed efficace.

La funzionalità più utilizzata in un team di produzione è quella di creare un “gruppo” con tutti gli attori in gioco in un evento. Un gruppo Whatsapp permette di avere un’unica chat con una serie di utenti in contemporanea, permettendo una discussione “a più voci”. Chiunque può creare un gruppo aggiungendo un massimo di 256 partecipanti. <sup>[92]</sup>

Un gruppo Whatsapp viene solitamente creato dal direttore di produzione o dalla segreteria organizzativa. In base alle dimensioni di un evento, si possono creare uno o più gruppi in base alle diverse funzioni. Ad esempio, per una produzione realizzata su Roma in uno studio televisivo sono stati creati tre gruppi Whatsapp: un gruppo *General*, un gruppo *Tecnica*, un gruppo *Informatica*.

L’utilizzo di Whatsapp in un team di produzione di eventi agevola notevolmente le varie comunicazioni ma presenta anche alcuni problemi. Come per le email, anche in questo caso alcuni messaggi possono perdersi o possono essere non letti. Questo avviene soprattutto quando si creano gruppi molto grandi e molto affollati dove bisogna star dietro a tutto ciò che viene scritto. In aiuto a questo problema interviene la funzione “ricerca” all’interno dell’app, il quale permette di cercare un termine specifico o una frase all’interno di tutte le conversazioni presenti nell’app.

---

<sup>90</sup> <https://www.roberto-serra.com/il-lancio-whatsapp/>

<sup>91</sup> Una notifica *push* è un tipo di messaggistica istantanea con la quale il messaggio perviene al destinatario senza che questo debba effettuare un'operazione di scaricamento (modalità *pull*).

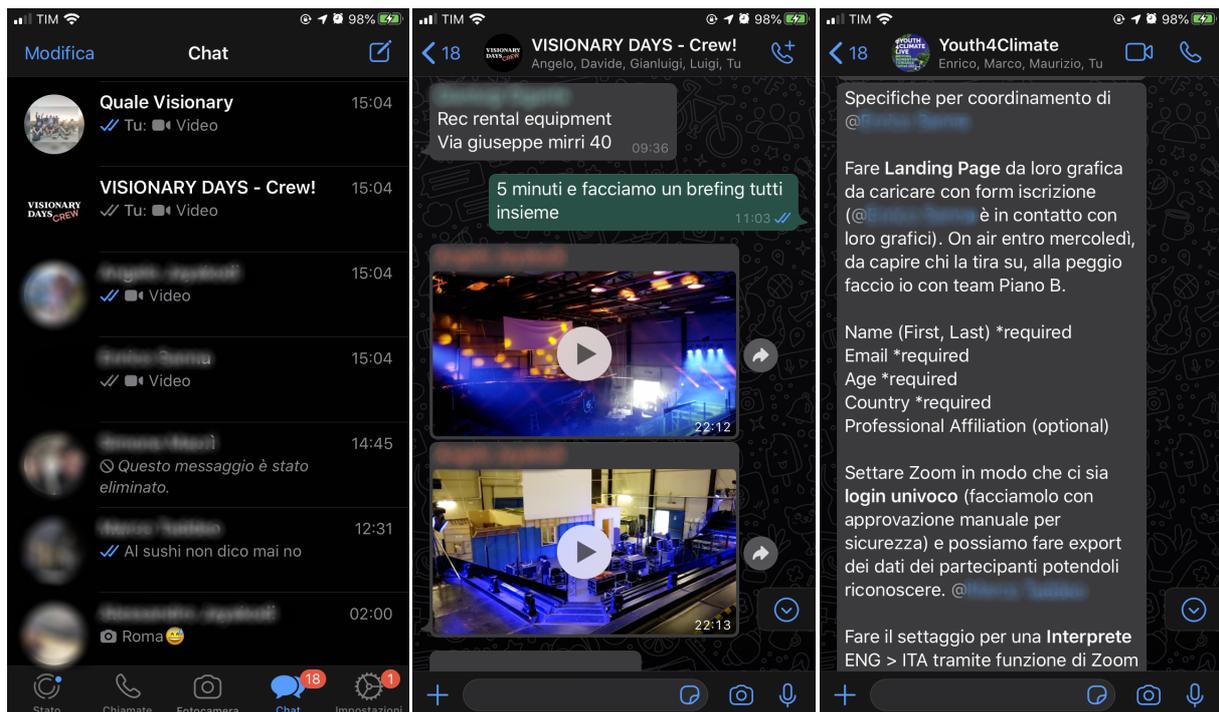
<sup>92</sup> Fonte <https://www.whatsapp.com/>

Un altro problema riscontrato nell'utilizzo dell'app è la compressione delle immagini e dei video. Infatti, per ottimizzare tutto il workflow interno dell'app, quando si inviano contenuti multimediali non in formato *file* il sistema tende a comprimere notevolmente, andando a deteriorare così la qualità dei contenuti.

Infine un altro problema molto spesso importante nella condivisione di documenti e di contenuti mediante whatsapp è il limite della dimensione dei *file*. Non si possono inviare *file* più grandi di 65 MB.

In conclusione, Whatsapp rimane uno dei capisaldi nella comunicazione di un team di produzione di eventi (e non solo). Il risultato è dato dalla sua semplicità nella fruizione e nella sua diffusione. Tutti abbiamo Whatsapp. Utilizzarlo in ambito lavorativo risulta comodo e di facile intuizione.

Nella **Figura 3.4** si riportano alcune schermate relative ad un diretto utilizzo della funzionalità gruppi di Whatsapp. Nello specifico, nella schermata di sinistra si riporta una schermata della homepage dell'app. Nella figura centrale si riporta il gruppo dei tecnici di produzione dell'evento Visionary Days. Nella figura di sinistra si riporta il gruppo di membri della produzione di un evento denominato Youth4Climate.



**Figura 3.4** - Screenshot di alcune schermate dell'app Whatsapp <sup>[93]</sup>

<sup>93</sup> Per rispetto della privacy sono stati oscurati i nomi degli utenti.

### 3.2.2 Zello



Zello è un'applicazione che consente di simulare l'utilizzo di un walkie-talkie mediante smartphone.

L'app nasce da una startup localizzata in Texas guidata da Bill Moore e Alexey Gavrilov. Il primo rilascio risale al 2007 durante un'importante conferenza americana denominata *TechCrunch 40 Mobile and Communications* e prendeva il nome di Loudtalks. Successivamente venne acquisita dalla Zello Communications e prese il nome attuale.

Zello trasforma un qualsiasi smartphone in un walkie-talkie vero e proprio sfruttando la connessione internet. Zello si installa sia su smartphone che su tablet. Le conversazioni avvengono in modalità *push-to-talk*, ovvero si preme un apposito pulsante per parlare. La conversazione avviene quasi in tempo reale, con una latenza molto bassa (siamo sotto al secondo) e sfrutta la rete Wi-Fi, 3G, 4G LTE, GPRS ed EDGE. Si può utilizzare sia il microfono interno del proprio *device* che un microfono esterno, come ad esempio quelle presente nelle classiche cuffiette dello smartphone.

Attualmente è disponibile in versione gratuita e in versione business. La differenza sta sostanzialmente nella gestione di tutti i flussi. Nella versione business è possibile coordinare tutti gli utenti tramite web-app e gestire al meglio tutti i flussi. È possibile integrare Zello con dispositivi walkie-talkie proprietari veri e propri.

L'app Zello viene utilizzata soprattutto durante le fasi di allestimento e di realizzazione dell'evento. Uno dei punti di vantaggio è proprio la conversione di qualunque smartphone in un walkie-talkie, andando così ad abbattere eventuali costi di acquisto, manutenzione o noleggio di dispositivi *ad hoc*. Inoltre, rispetto ad un walkie-talkie tradizionale, Zello permette di riascoltare le conversazioni tutte le volte che si ha necessità. Zello, infatti, presenta una memoria sul *cloud* che immagazzina per un periodo di tempo limitato una serie di conversazioni trasmesse. Un altro aspetto interessante è la possibilità di avere infiniti canali e di poter comunicare fino ad un massimo di 1000 persone in tutto il mondo. Ogni canale può essere condiviso facilmente mediante *QR CODE*. L'utente può ascoltare anche più canali in simultanea. <sup>[94]</sup>

Oltre ad un utilizzo ludico e lavorativo, l'app Zello è stata utilizzata anche in situazioni di emergenza. Ad esempio, per coordinare le ricerche di un bambino scomparso in Lettonia oppure durante alcuni cataclismi in America. <sup>[95]</sup>

Il problema principale riscontrato durante l'utilizzo di Zello in alcune produzioni riguarda la rete internet. In alcune aree la rete non sempre è ottimale e spesso può causare *lag* o problematiche in ricezione. Avere una buona rete Wi-Fi può essere fondamentale per gestire le comunicazioni.

---

<sup>94</sup> <https://zello.com/>

<sup>95</sup> <https://www.techpost.it/notizie/mobile/cose-zello-si-usa-lapp-parlare-un-walkie-talkie-cellulare/>

Un secondo problema, non meno rilevante, è l'uso importante della batteria. Soprattutto in eventi molto lunghi, avere una *powerbank* a disposizione può essere fondamentale.

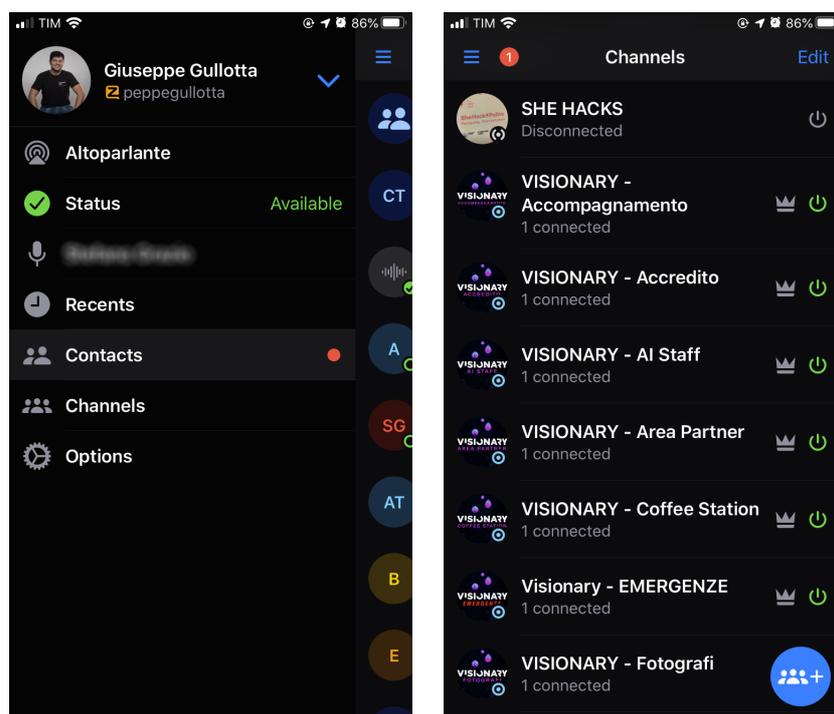
Zello, in conclusione, è una buona risorsa da sfruttare in tutto il suo potenziale per organizzare le comunicazioni in tempo reale ma è importante strutturare tutti i canali al meglio per evitare intasamenti.

Nella **Figura 3.5** si riportano alcune schermate dell'app Zello.

Nella **Figura 3.6** si riporta l'*ecosistema* della comunicazioni ideato dal sottoscritto per l'evento Visionary Days 2019. Il risultato è stato abbastanza soddisfacente. Tutti gli attori in gioco erano collegati con uno o più canali Zello mediante smartphone e cuffie con microfono. Si sono riscontrati però problemi di coperture del segnale all'interno della *venue* e problemi legati all'utilizzo della batteria.

Ogni funzione aveva a disposizione un canale specifico. Ogni linea presenta un collegamento. Il simbolo del walkie-talkie prevedeva l'integrazione con un dispositivo fisico in aggiunta.

Un canale di emergenza generale era condiviso con tutti i membri dello staff.



**Figura 3.5** - Screenshot di alcune schermate dell'app Zello

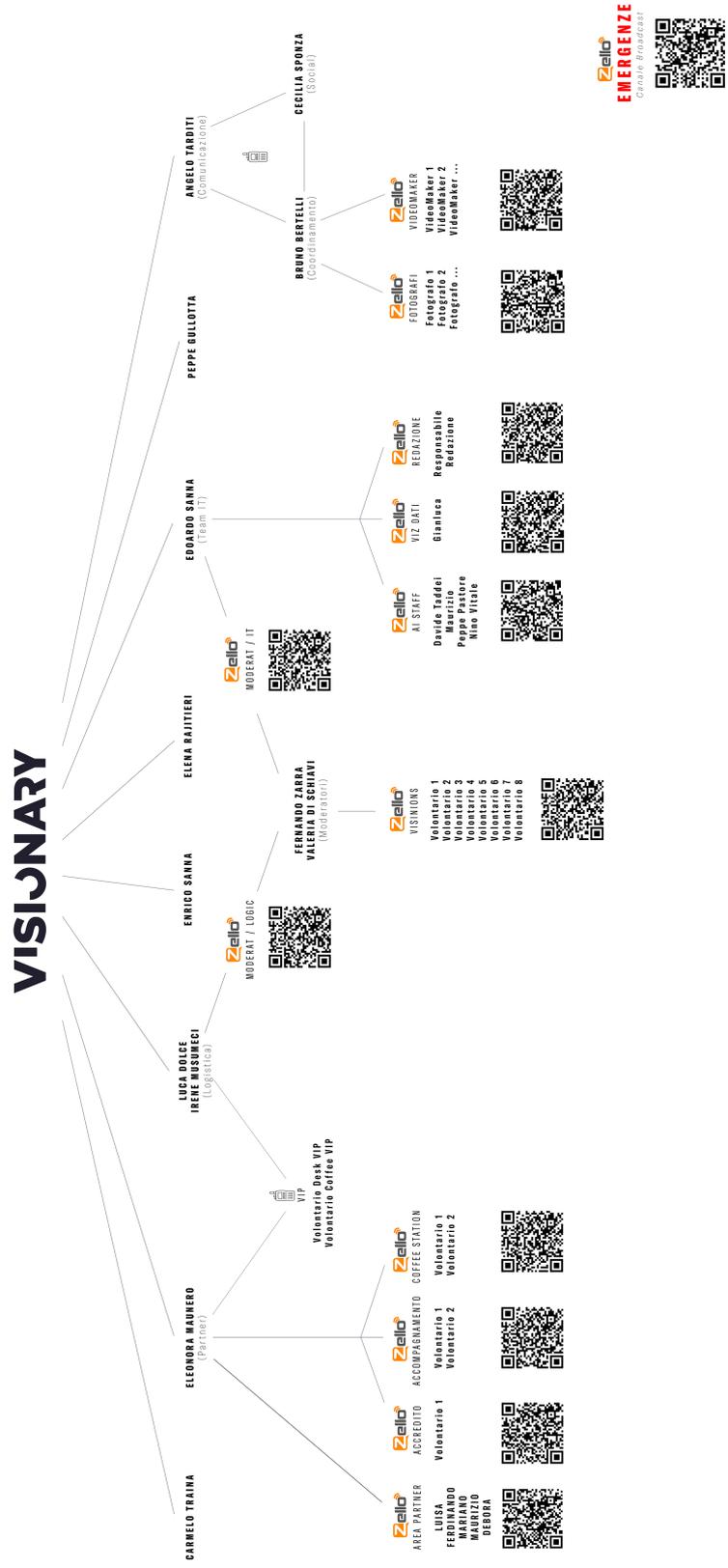


Figura 3.6 - Ecosistema delle comunicazioni Zello per l'evento Visionary Days 2019.

### 3.2.3 Slack



Slack è un software vero e proprio che ha come obiettivo quello di aumentare la produttività e semplificare tutte le comunicazioni che avvengono in un'azienda. <sup>[96]</sup>

L'app nasce come piattaforma di messaggistica per membri di un team generico di lavoro che integra al suo interno diversi canali di comunicazione in un unico servizio. L'uso di diversi servizi può essere la causa di problemi di comunicazione. L'idea è quella di raggruppare sotto un unico applicativo una serie di canali, soprattutto in quei settori e in quei team dove il flusso dei dati generato dal lavoro è importante.

Inizialmente Slack era nato come semplice tool ad uso interno per coordinare lo sviluppo di alcuni giochi. Successivamente si sono implementate alcune funzioni ed è stato immesso sul mercato. <sup>[97]</sup>

I canali specifici di comunicazione presenti su Slack possono essere accessibili a tutti i membri del team oppure solo ad alcuni. È possibile comunicare, inoltre, con tutto il team attraverso sia chat individuali private che tramite chat di gruppo. Slack racchiude dentro di sé tutte le funzioni che prima erano delegate a e-mail, chat room e forum privati.

La comunicazione su Slack avviene mediante l'utilizzo di *workspace*, ovvero delle sessioni private fornite dal software. La suddivisione delle informazioni per team o per argomento avviene mediante canali (come avveniva nella posta elettronica mediante suddivisione in categorie). Alcuni canali possono essere pubblici e qualunque utente all'interno del *workspace* può iscriversi. Altri canali possono essere privati e solo l'*admin* può aggiungere i membri.

Su Slack esistono diverse tipologie di comunicazione: messaggio chat tradizionale, messaggio diretto e messaggio di risposta ad una discussione. Le discussioni sono dei messaggi che hanno ricevuto una o più risposte. Un po' come quando si risponde ad una email, avviando un cosiddetto *thread*.

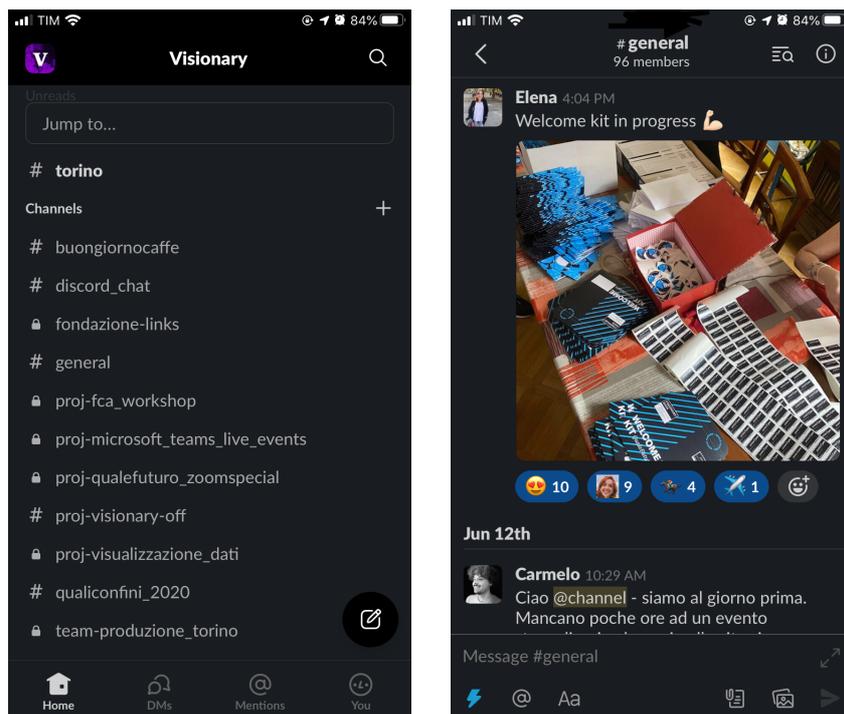
All'interno di Slack è possibile effettuare delle *citazioni*, ovvero è possibile taggare un utente per portare la sua attenzione su un messaggio specifico. È possibile anche taggare un canale o un gruppo di utenti.

Un team di produzione di eventi utilizza Slack soprattutto in fase di pre-produzione. Tutto il team viene racchiuso all'interno di un unico *workspace* e viene poi suddiviso ulteriormente in canali di comunicazione in base alle necessità. Ad esempio, nella **Figura 3.7** vengono riportate due schermate dell'app relative allo spazio di lavoro Visionary utilizzato per la realizzazione delle varie edizioni di Visionary Days.

---

<sup>96</sup> <https://slack.com/intl/en-it/>

<sup>97</sup> <https://www.merita.biz/slack-app/>



**Figura 3.7** - Schermate dell'app Slack

Uno degli aspetti fondamentali nell'utilizzo di Slack è la possibilità di integrare diverse applicazioni e software utilizzati normalmente all'interno di un'azienda. Ad esempio, è possibile integrare Google Calendar per avere un *reminder* giornaliero di tutte le attività. Oppure è possibile integrare Trello per organizzare tutte le *task* da eseguire.

La possibilità di far convergere in un unico strumento di lavoro una serie di funzionalità provenienti da diversi altri canali e di convertirli in qualcosa di più efficiente è il fiore all'occhiello di questo software.

Uno degli aspetti negativi è la non sempre intuitività della sua interfaccia. Essendo un'app indirizzata soprattutto ad un pubblico di settore e ad un team di specialisti, un utente comune potrebbe riscontrare alcune problematiche durante un primo approccio. Inoltre Slack non è proprio per tutti. Slack non può essere inteso come app di messaggistica comune o tradizionale. L'utilizzo di quest'app è abbastanza impegnativa, seppur presenti una serie di ottimizzazioni e di implementazioni molto importanti nella gestione delle comunicazioni di un qualsiasi team di lavoro. Bisogna ricordare che l'utilizzo di Slack è soprattutto per evitare di frammentare le comunicazioni che solitamente si scambiavano via email per lavoro.

In conclusione, per team di produzione molto grandi e molto importanti Slack rappresenta una importante soluzione alla gestione di tutto il flusso comunicativo.

### 3.2.4 Discord



Discord è il tool di comunicazione per eccellenza dei *gamers*. Seppure sia apparentemente uno strumento di settore usato dai giocatori online, Discord inizia ad affacciarsi anche nel mondo professionale.

La piattaforma è gratuita e consente la comunicazione mediante messaggi di testo, video, messaggi vocali ma soprattutto viene utilizzata per le comunicazioni in tempo reale mediante tecnologia VoIP. La particolarità è l'immediatezza delle comunicazioni che avvengono in tempo reale anche tra numerosi membri di un team di lavoro.<sup>[98]</sup>

Discord è presente su moltissime piattaforme sia *mobile* che *desktop*.

Usare l'app è molto semplice. Dopo aver scaricato tutto quanto e dopo essersi registrati (solo e-mail, *nickname* e *password*) si ha la possibilità di creare un server dove invitare i propri amici e dove poter iniziare a conversare. L'accesso ai server avviene esclusivamente tramite invito. Un server può essere pubblico o privato e i membri al suo interno possono avere una serie di ruoli.

Discord può essere utilizzato in sostituzione di Zello. La differenza sostanziale sta nel fatto che Zello si basa su comunicazione *push-to-talk*, mentre Discord non è altro che una chiamata di gruppo con microfoni sempre attivi e disattivabili in base alle necessità.

In un evento Discord può essere utilizzato come *Intercom* per comunicare in tempo reale con tutti i tecnici presenti in sala. È presente una latenza molto bassa (inferiore a 0,5s) ma spesso non risulta influente nel suo utilizzo.<sup>[99]</sup>

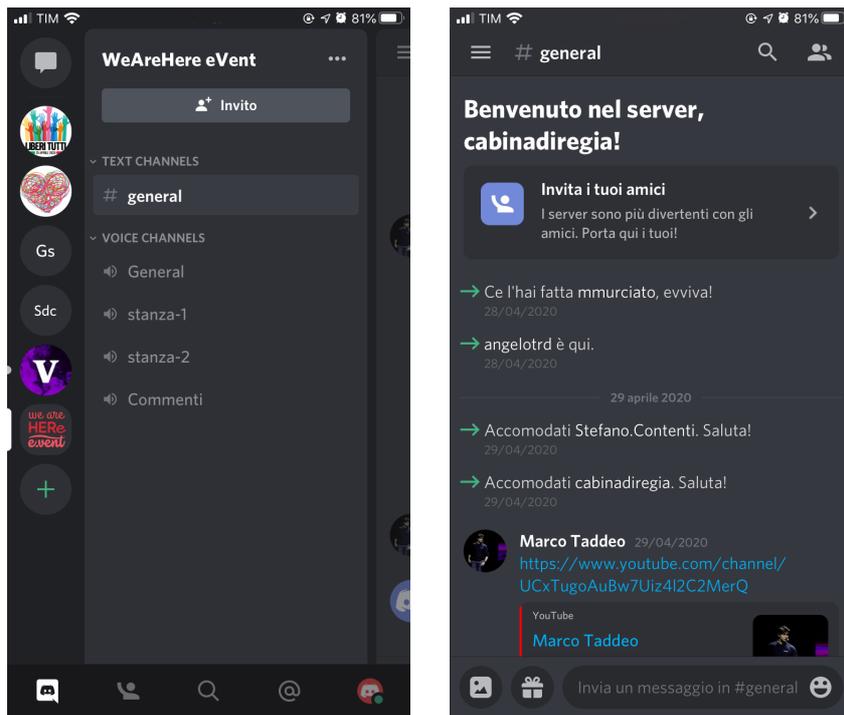
La semplicità di questa piattaforma e la latenza molto bassa sono i punti di forza di questo strumento. La stabilità non sempre è delle migliori e dopo un utilizzo lungo e costante si possono riscontrare dei problemi. Anche in questo caso, come visto precedentemente per Zello, Discord ha bisogno di una connessione internet decente e, se si utilizza mediante smartphone, anche di una *powerbank* tampone.

Nella **Figura 3.8** si vengono riportate alcune schermate della versione per smartphone dell'app Discord.

---

<sup>98</sup> <https://discord.com/>

<sup>99</sup> Durante la quarantena dovuta alla pandemia causata dal Covid-19, Discord è stato uno strumento fondamentale nella realizzazione di eventi *all-digital*, ovvero eventi realizzati interamente online. L'obiettivo principale era quello di coordinare la *control room* con tutte le varie figure tradizionali presenti in un evento ma stando a casa. Sostanzialmente un *intercom* che collegava le varie case.



**Figura 3.8** - Schermate della versione per iPhone dell'app Discord



# Capitolo 4

## Interviste

Nei precedenti capitoli si è analizzata la struttura di un modello tipico di team di produzione e si sono proposti alcuni sistemi già esistenti sul mercato di applicativi utilizzati per comunicare e per organizzare le varie fasi di organizzazione di un evento.

Dopo la parte teorica, per comprendere al meglio alcune problematiche e alcune situazioni che si possono presentare in ambito relazionale, si sono realizzate tre interviste ad alcuni direttori di produzione di eventi.

Il campione è stato scelto in base a due criteri: ruolo e settore di competenza. Nello specifico, tutti gli intervistati lavorano nel settore delle produzioni di eventi ma presentano tre sfumature differenti.

Le interviste sono state effettuate tra il 15 giugno e il 6 luglio 2020 sulla piattaforma Zoom e hanno coinvolto un campione di 3 professionisti del settore. Le conversazioni sono state registrate tramite apposita funzione presente su Zoom e in *backup* su un *recorder* esterno.

L'intervista è stata suddivisa in 3 macro-aree:

1. Il ruolo della comunicazione all'interno del team
2. Il ruolo della tecnologia all'interno del processo di comunicazione
3. Predisposizione a integrare nuovi sistemi all'interno del flusso di comunicazione

A tutti gli intervistati sono state poste le stesse domande.

### 4.1 Giuseppe Baldari

Giuseppe Baldari è il fondatore dell'azienda Ing.entilmente s.r.l., azienda leader nel settore delle produzioni di eventi. Ingegnere del Cinema e dei Mezzi di Comunicazioni, ha avuto numerose esperienze sia all'estero che in Italia. Nello specifico, ha ricoperto il ruolo di direttore di produzione di numerosi festival, supervisione generale, controllo qualità e supervisione del budget di eventi culturali. Attualmente ricopre il ruolo di Production Manager presso le OGR - Officine Grandi Riparazioni di Torino.

**- Quanto reputi sia importante la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?**

Io credo che la comunicazione interna abbia un'importanza altissima soprattutto perché le varie professionalità fino a oggi integrate in un team di produzione sul mercato italiano non sono sempre declinate secondo uno sviluppo accademico standard. Nel nostro ambiente arrivano figure che hanno fatto molta gavetta (ben venga questo) e con molta esperienza sul campo ma lavorano un po' a compartimenti stagni. La comunicazione e soprattutto l'utilizzo del linguaggio e degli strumenti diventa, in un certo modo, fondamentale per poter procedere. Credo, inoltre, che ci vorrà ancora un po' per poter avere una conformazione comune di linguaggio di esperienze nell'ambito della produzione live. Questo vale anche per il mondo digitale, nel quale negli ultimi periodi si è scoperta l'esistenza e si stanno studiando nuove tipologie e forme di eventi [100]. Quindi l'uniformità sarà lunga da raggiungere a mio parere.

Il fatto di riuscire a comunicare internamente al gruppo è un elemento fondamentale. Nei team di produzione medio-piccoli compreso il mio, il quale magari risulta essere grande nella struttura e nella flessibilità, in qualche modo come una fisarmonica, il problema fondamentale di queste produzioni è che ovviamente non sono costruite per avere sempre un qualcuno che gestisce tutta la comunicazione interna. Un tool che abbia il framework di lavoro su cui muoversi, più o meno personalizzato, diventa importantissimo. Va bene che la comunicazione è importante però poi lo si deve declinare.

Ti faccio un esempio pratico su un altro ambiente di lavoro molto simile. Un mio amico è uno dei responsabili della comunicazione interna di Replay. Replay è un'azienda grandissima, ha tante sedi e quant'altro. Il tema fondamentale è che proprio in certi ambienti il fatto di non solo parlarci ma anche di riuscire a parlarsi tra membri del team è fondamentale.

Il tema è lo scambio di informazioni. E' un processo a scalare, soprattutto nell'ambito della produzione live. È un processo dove attualmente funziona che c'è un punto iniziale della piramide che raccoglie tutta una serie di informazioni. Poi queste informazioni devono scendere lungo la piramide. Più questa piramide si allarga più c'è il rischio che poi le informazioni vengano in qualche modo filtrate o trasferite male. Come detto prima, c'è la necessità di un linguaggio comune o comunque di uno strumento che sia anche di facile consultazione per l'apice della piramide. Questo perché, a un certo punto, quando nel processo succede un problema bisogna essere in grado di fare come fa un chirurgo, ovvero di andare a capire dove si è bloccata la catena e perché. 1 volta su 100 il problema è di natura comunicativa.

---

<sup>100</sup> Le interviste sono state realizzate nel periodo di giugno 2020, periodo in cui gli eventi fisici hanno subito una radicale trasformazione e ibridazione con eventi digitali a tal punto da far nascere una nuova forma: eventi cosiddetti "figital".

**- Quali sono i problemi di comunicazione che riscontri la maggior parte delle volte?**

Secondo me il punto fondamentale sta nella misura della condivisione della quantità di informazioni. Mi spiego meglio. L'ideale sarebbe che ci sia una struttura piramidale dove sia presente un punto che raccoglie tutte le informazioni e in qualche modo ne assuma la responsabilità. Quindi ipotizziamo sia il direttore di produzione. Da lì ci può essere poi una struttura orizzontale con tante differenti responsabilità, ognuno nel suo campo con anche dei sotto-settori.

Però quello che riscontro è che spesso, per tutta una serie di necessità di semplificazione, questa struttura orizzontale inizia a vivere di vita autonoma. Da una parte non si può pensare che la direzione di produzione sia in mezzo a tutti. E' impensabile perché significa non solo appesantire ma anche sovraccaricare delle figure in un ambito non super industrializzato. Allora ci sta che ci sia un passaggio di informazione orizzontale.

**- Come strutturi le comunicazioni all'interno del tuo team di lavoro?**

Non avendo ancora potuto mettere mano ad un tool interessante per poter gestire, attualmente all'interno del mio team il mio tool è il mio responsabile di *back-office*. La persona che dovrebbe essere all'apice delle informazioni sono io ma la persona che tiene le fila di tutte le informazioni e su tutta una serie di elementi base è lui. Da lì poi tutte le informazioni vengono trasmesse ai vari responsabili delle diverse funzioni. Devi avere la fiducia di quella persona e devi sapere che è lì perché il suo lavoro lo sa' fare.

Tu devi riuscire ad integrare il tutto nel lavoro, nelle diverse situazioni e nelle scadenze. E' molto importante riuscire anche a gestire il tutto umanamente.

La comunicazione passa tutto del mio responsabile back office che è una figura non solo formata assolutamente per fare quello negli anni, ma che ha quasi un indole istintiva a fare quello. Quindi qualunque tipo di comunicazione e di passaggio passa da questa persona.

**- Quali applicazioni o quali strumenti utilizzi per comunicare con il tuo team? E perché?**

Nel senso stretto del termine ovviamente le e-mail. Su tutta una serie di elementi molto molto tecnici preferisco spesso indire riunioni di persona o telefoniche perché alcuni di questi passaggi al back-office risulterebbero sovrabbondanti. A livello specifico di tool informatico praticamente niente.

Avevo iniziato a studiare come far evolvere uno strumento utilizzato prettamente per il cinema. Mi sembrava interessante però poi mi sono reso conto che era un po' troppo finalizzato alle *props*. Se ci pensi nel cinema forse la parte più delicata è quella legata alla direzione della fotografia. Nell'ambito del nostro ambiente è un po' diverso il meccanismo. Come sai, c'è un Light-Designer che normalmente produce un disegno e un progetto. Poi c'è un service che lo metto in pratica. Diciamo che il parallelo con il cinema non funzionava granché. Non era uno strumento veramente adeguato.

Al momento, quindi, non ho strumenti informatici effettivi.

**- Quale strumenti ti piacerebbe avere a disposizione per migliorare la comunicazione?**

Secondo me serve uno strumento che sia a pacchetti e sia di facile consultazione. Ovviamente deve essere integrato con calendari, timing e timetable, ovvero qualcosa che possa essere legato a un *cronoprogramma* e che fondamentalmente dia la possibilità al supervisore di turno, o addirittura a me se mi considero il responsabile di tutto, di inserirmi come se fossero delle finestre in cui vado a vedere al volo quali sono gli elementi inseriti in un flusso che in realtà va avanti per i fatti suoi. Senza dover per forza inserirmi in questo flusso perché poi in certe occasioni bisogna poi avere chiara la situazione, il quadro generale, per poter prendere delle decisioni sulle informazioni. Mi piacerebbe avere uno strumento in cui io posso aprire delle finestre e andare a vedere che sta succedendo nei vari settori e come si muove la situazione. Quindi una specie di pacchettini uniti tra di loro da un filo.

**- Come ti comporti quanto ti accorgi che una comunicazione non è stata ricevuta correttamente oppure non è stata trasmessa?**

Se una comunicazione non è stata trasferita, o non è avvenuto in maniera corretta il passaggio, sicuramente potrebbe esserci un problema legato al cliente. Sicuramente c'è un cliente da qualche parte di questa piramide.

Distinguiamo due ambiti: uno verso l'alto e uno verso il basso.

Verso l'alto: il cliente. Innanzitutto se questa comunicazione per qualsiasi motivo ha creato un disagio, un'inefficienza, un problema nei confronti di un progetto verso un cliente, la prima cosa che io devo fare e che mi sento di fare è metterci la faccia risolvendo rapidamente il problema che si è creato.

Se la comunicazione sbagliata è transitata male ma non ha creato nessun problema verso il cliente, ovviamente si verifica dove risiede il problema e si cerca di risolverlo però chiaramente il livello di attenzione non può generare una vera ansia. Se non ci sono problemi lato cliente la cosa rimane all'interno del gruppo e la si risolve internamente. Quindi, punto numero 1: Verificare se ha creato un problema al cliente e metterci la faccia e risolverlo. Subito. Questo comporta che, al di là della comunicazione, la persona responsabile delle comunicazioni sia ovviamente capace di gestire tutta la filiera. Ci vuole una persona che abbia la cosiddetta "Big Picture", come direbbero gli americani. L'iper-specializzazione va benissimo ma poi ci vuole qualcuno che abbia delle competenze generalizzate e generiche abbastanza alte ma che non devono essere per forza eccessive per poter poi gestire la criticità e soprattutto il rapporto col cliente.

Verso il basso. Se c'è un problema di comunicazione bisogna andare un attimo a capire la natura di questo problema. Purtroppo molto spesso è umana. Il tool dovrebbe anche un po' sgravare dallo stress lavorativo. Deve avere delle caratteristiche che in qualche modo consentano anche di sgravare da quello che è il carico emotivo-lavorativo delle persone.

Spesso gli errori nascono da questo: dal fatto che la tenuta mentale di qualcuno che deve distribuire informazioni a un certo punto ci perde.

Cosa faccio quando scopro che c'è un problema di comunicazione? Voglio scoprire perché c'è stato questo problema di comunicazione. Se c'è un tool forse lo strumento per capirlo è più semplice. Il mio problema è capire subito perché c'è stato questo problema di comunicazione. Una volta che l'hai capito in qualche modo lo risolvi.

Spesso c'è un tema di approccio e di scadenze. A meno che non ci siano entità super-costruite o che fanno magari solamente un singolo lavoro (cosa che di questi tempi è un po' improbabile vista la situazione attuale post-Covid) in generale avere entità che fanno solo una cosa è molto difficile. Di solito il nostro ambiente è composto da liberi professionisti che devono fare tanti progetti in tanti gruppi di lavoro e spesso si ritrovano all'ultimo momento a decidere con la propria testa quali sono le tempistiche per poter consegnare una serie di informazioni.

Riassumendo un po' tutto. Cosa faccio quando scopro che c'è un problema di comunicazione? Innanzitutto se c'è un cliente di mezzo risolvo il problema. Seconda cosa: io voglio sapere il perché c'è stato quell'errore nella comunicazione.

**- Su una scala da 1 a 10 quanto saresti disposto ad usare un'app nuova ottimizzata per la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?**

Assolutamente 10!

**- Cosa ti farebbe cambiare drasticamente il tuo modo di gestire le comunicazione in un team?**

In che senso?

**- In generale, che sia lato umano o che sia lato digitale.**

Tendenzialmente se ci fosse un tool che consente di lasciare traccia in maniera semplice e senza appesantire il lavoro, anzi, in qualche modo semplificando, di tutti quei passaggi di comunicazione interna ai vari team di lavoro che poi compongono il gruppo che crea un evento, con un input iniziale ma poi con una struttura orizzontale che a sua volta si muove su linee verticali gruppo per gruppo.

Questo è l'elemento che per mi permetterebbe proprio di evitare anche quello che dicevo precedentemente.

La figura del mio back-office manager modificherebbe anche un po' la sua funzione. Cambierebbe, quindi, totalmente il modo in cui io adesso gestisco la comunicazione interna. Le aziende grosse usano la comunicazione interna anche per fare team building. Ma è un dettaglio diverso perché stiamo parlando di entità che concorrono tutte un obiettivo e stiamo parlando di gruppi omogenei. Il nostro ambiente, invece, è composto da gruppi disomogenei. Il Team Building, nel nostro caso, ci sta ma solo all'interno del

sotto-gruppo. Come tu ben sai, chi ti fa il video fa il video, chi fa le luci fa le luci, chi fa l'audio fa l'audio. Un po' si sfottono, un po' no. Per non c'è compenetrazione.

Quindi da un punto di vista tecnico vero e proprio, mi farebbe cambiare il mio attuale approccio alla comunicazione interna la presenza di uno strumento di facile consultazione che posso fare le cose che ti detto prima. Ma questo ovviamente poi comporterebbe anche una variazione da un punto di vista umano perché adesso effettivamente tutta la gestione è prettamente umana.

## 4.2 Mario Viscardi

Mario Viscardi è il CEO, fondatore e direttore artistico di Piano B, agenzia di comunicazione ed eventi. Ha concepito e realizzato oltre 800 eventi per 200 clienti nazionali ed internazionali. Mario possiede una solida *expertise* in produzione video, produzione di eventi e direzione creativa. Attualmente ricopre il ruolo di regista in numerosi eventi fisici e digitali.

### - Quanto reputi sia importante la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?

La comunicazione è alla base della buona riuscita di un evento. Quando tu fai un evento la difficoltà più grossa è coordinare i vari reparti perché è un evento medio comunque una complessità di integrazione di vari reparti diversi. Tu devi parlare con chi gestisce l'audio, il video, le luci, i contenuti, gli autori, gli artisti, i Talent e tutte queste cose qui perché venga bene l'evento devo essere armonizzate nel miglior modo possibile.

Possiamo dire che esistono due tipi di comunicazione. Esiste la comunicazione in pre-produzione e la comunicazione durante l'evento stesso. Quindi c'è la fase di pre-produzione in cui tu devi delegare a ogni reparto il lavoro che deve fare. Chiaramente lì la comunicazione deve essere chiara e deve essere meno ingolfata possibile, cioè tu devi dire alle persone giuste soltanto le cose che servono a loro. Però devi dare anche un *overview* di tutto quello che sta succedendo. Nel momento di pre-produzione hai un po' più di tempo ma la vera difficoltà è nel momento della produzione, cioè quando tu hai sotto controllo tutto un evento e tu devi mettere in sinergia tutti i vari aspetti. Coordinare tutte queste cose qui è essenziale. Esiste anche tutta una parte dedicata al pubblico. Se un evento è aperto al pubblico, è importante gestire tutta la comunicazione inerente a tutte le persone che devono entrare, dove devono andare, se ci sono vari settori in cui devi indirizzare le persone, ecc. Negli eventi diciamo contemporanei le varie platee cambiano fino all'ultimo momento e bisogna comunicare tempestivamente i cambiamenti dell'ultimo minuto.

In un evento c'è il pubblico tradizionale e poi ci sono degli *influencer*, ci sono dei giornalisti, ci sono dei vip per il quale bisogna prevedere dei percorsi e delle modalità di comunicazione diverse. Devi metterli tutti a loro agio e devi far sì che tutta questa cosa qua funzioni in maniera sincrona.

### **- Quali sono i problemi di comunicazione che riscontri la maggior parte delle volte?**

Tu un po' mi hai conosciuto e sai che Piano B è, nel panorama delle agenzie che organizzano eventi, molto ben strutturata in questo senso. La comunicazione è una cosa che io seguo direttamente perché è proprio il punto nevralgico di tutto l'evento. Noi ci appoggiamo sempre a tecnologie che ci permettono di comunicare in maniera molto razionale ma anche semplificata. Non ho dei grandi problemi. Se vuoi che ti dica quali sono le problematiche diciamo più difficili da risolvere, di sicuro ti individuerei tutti quei problemi legati al mettere in sinergia i vari reparti. Poi in un evento è interessante quando tu riesci a fare qualcosa di originale e quando tu fai qualcosa di originale vuol dire che scardini le abitudini di tutti i reparti. Quindi devi avere un'*overview* generale e devi far capire a tutte le parti che cosa ti aspetti da loro. Molto spesso un ingrediente in più magari può disorientare tutti i reparti. Devi poi essere in grado di ri-orientarli. E' così che l'evento acquisisce l'originalità che ti serve. Questo diciamo è a livello generale teorico.

Gli eventi contemporanei del 2020 sono degli eventi che vivono di integrazione di tantissimi sistemi. Essendoci delle nuove tecnologie che ti danno tantissime potenzialità e che tu non puoi trascurare, tu hai diversi linguaggi e devi metterli tutti insieme. Ad esempio, hai un filosofo di 85 anni che è il punto centrale del tuo evento e poi però hai 400 studenti che si collegano tutto il mondo via web. Poi c'è un tecnico luci che devi illuminare bene la persona stando attento però magari ad una proiezione che c'è sul retro. Poi hai una parte di orchestra che deve entrare tutta insieme a un certo momento e che è abituata a essere messa in una certa posizione. Bisogna saper incastrare tutto questo. Diciamo che più andiamo avanti e più la sinergia tra i vari elementi è essenziale così come la comunicazione.

In questo periodo storico, quindi, essendoci tantissime potenzialità tecnologiche devi riuscire a metterle tutte insieme. Un regista di eventi come me deve avere sapere un po' come funzionano tutti i meccanismi al fine di poter coordinare e comunicare correttamente a tutto il team di produzione.

### **- Come strutturi le comunicazioni all'interno del tuo team di lavoro?**

Il lavoro solitamente ha i seguenti reparti. Facendo degli eventi soprattutto legati al mondo della comunicazione aziendale, ho sempre un committente che è un'azienda che investe in un evento. C'è un reparto di *accounting* e di *project management* il quale si occupa di comunicare tutto quello che noi abbiamo in mente e che vogliamo fare direttamente al cliente. Si comunicano anche quelli che sono gli obiettivi del cliente stesso. Il primo anello è quindi il project manager che acquisisce le richieste del cliente e le comunica a noi. Viceversa, tramite il project manager noi comunichiamo al cliente le nostre idee per sviluppare l'evento. Poi c'è una parte di produzione che si occupa della produzione vera e propria e una parte di comunicazione che si occupa di comunicare verso l'esterno, ovvero di sfruttare al meglio le potenzialità dell'evento che noi stiamo

mettendo in scena tramite i canali di comunicazione più adeguati. E poi abbiamo il reparto artistico il quale individua i contenuti che vanno messi in scena.

Ricapitolando il reparto di produzione si occupa di allineare tutta la produzione, il reparto di comunicazione di sfruttare tutte le leve di comunicazione che l'evento può avere e il project management che per noi è l'anello di congiunzione con il committente. Poi ognuno di queste parti ha le sue diramazioni e i suoi sottogruppi.

#### **- Quali applicazioni o quali strumenti utilizzi per comunicare con il tuo team? E perché?**

Diciamo che noi siamo in continua evoluzione. Li cambiamo e ci aggiorniamo di volta in volta. Però sicuramente ultimamente utilizziamo tantissimo le video-conferenze di Zoom per parlare con il cliente e per coordinare i vari gruppi di lavoro. Poi usiamo WhatsApp tantissimo facendo dei gruppi di lavoro che si comunicano tra di loro. Chiaramente tutte le comunicazioni fondamentali avvengono tramite e-mail.

E durante l'evento e durante le fasi della diretta chiaramente siamo sempre connessi in Intercom. Però continuiamo sempre ad utilizzare WhatsApp perché ha un'immediatezza incredibile. Si riesce a trasferire dei testi e delle foto in qualunque momento. Se in questo momento mi si è creato un problema posso scattare una foto e far vedere che c'è un problema mandandolo al gruppo di riferimento. Arriva in un secondo a tutte le persone che devono sapere di quel problema. WhatsApp è come se fosse uno scooter delle mail, un runner delle email, con tutte le informazioni importanti e con tutti gli strumenti utili. Poi magari tra 6 mesi arriva un nuovo sistema e lo cambiamo. Siamo molto dinamici all'interno dell'agenzia.

#### **- Quale strumento ti piacerebbe avere a disposizione per migliorare la comunicazione?**

Secondo me uno strumento fantastico deve essere semplice da usare, tipo WhatsApp. Discord, ad esempio, se fosse un po' più semplice sarebbe un'alternativa molto valida. Una struttura tipo Discord sarebbe interessante perché lì ho dei gruppi di lavoro coi quali posso comunicare sia via testo, mandando gli allegati o le foto, che effettuare una comunicazione come si fa su un canale radio. Discord, ad esempio, ha una funzione dove tu fai un gruppo di 22 persone, li chiami tutti 22 contemporaneamente, gli dai un messaggio e poi chiudi e sai che 22 persone ti hanno sentito. Ci vorrebbe uno strumento del genere che raggruppa un po' tutte queste funzioni sparse nelle varie app.

Il poter creare dei gruppi di lavoro a cui comunicare a tutti contemporaneamente oppure soltanto a dei settori per quanto riguarda gli eventi sarebbe eccezionale. Poi è chiaro che se funziona con lo stesso *device* che tu hai sempre in tasca che quindi ti puoi programmare e gestire, strutturare, configurare in qualsiasi momento sarebbe eccezionale. E se questa cosa qui potesse inviare sia messaggi vocali in tempo reale, sia allegati, sia foto, sia testi, sarebbe fantastico.

**- Come ti comporti quanto ti accorgi che una comunicazione non è stata ricevuta correttamente oppure non è stata trasmessa?**

In qualche modo, quando mi accorgo che una comunicazione non è passata gliela rimando più volte fino a che non ricevo un feedback dall'altra parte di avvenuta ricezione. Un'altra cosa che appunto dovrebbe avere questo sistema è capire se la comunicazione che tu hai mandato è stata ricevuta. Le spunte blu di WhatsApp a volte non so sufficienti perché magari tu l'hai aperto ma non l'hai letto. Quindi se ci fosse anche un sistema per cui tutti quanti mi dicono "ok l'ho letto" e alla fine io guardo il gruppo di 54 persone e vedo che 52 l'han letto posso valutare se i due sono importanti o meno.

**- Su una scala da 1 a 10 quanto saresti disposto ad usare un'app nuova ottimizzata per la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?**

Ti direi un 6 perché il problema dell'app perfetta per organizzatore di eventi è che deve essere scaricata da tutti. Magari hai un evento dove il 70% fa parte del tuo team di produzione stretto mentre un 30% sono collaboratori esterni che intervengono solo in un preciso momento. Dipende da quanto questa app si possa integrare con app già pre-esistenti.

Il punto di maggior vantaggio di WhatsApp è che ce l'hanno tutti. Quindi io scritturo adesso un elettricista che domani mi deve fare un impianto, lo inserisco nel gruppo, poi lo tolgo e lui 80% delle volte WhatsApp ce l'hai non deve e non deve scaricare niente.

**- Cosa ti farebbe cambiare drasticamente il tuo modo di gestire le comunicazione in un team?**

La *usability*. L'integrazione di tutte quelle cose che ti ho detto in un'unica app che avesse un design e una facilità di utilizzo intuitivo. Io personalmente Mario Viscardi posso anche capire e impegnarmi a capire come funziona *Discord*, ma se poi lo devo spiegare a tutti quanti rischierei di impazzire. E non lo uso più. Oltre l'ingegnerizzazione dell'app, anche in questo caso, è basilare che abbiamo un design veramente intuitivo. Soprattutto perché tutte tutte le persone che lavorano in questo campo sono sempre sotto-pressione e lavorano su tantissimi livelli. Spesso non hanno la voglia o l'attitudine per impegnarsi a capire come funziona una nuova app. La *usability* è quindi fondamentale perché la cosa più difficile in questo mondo è far cambiare le abitudini della gente. Appena apri l'app devi subito capire quali sono le funzioni base. Se poi dietro ci sono delle funzionalità più complesse ben venga, purché le funzionalità base siano di immediata comprensione.

## 4.3 Andrea Montali

Andrea Montali è direttore di produzione di numerosi eventi legati al mondo del *broadcast* televisivo. Tra i principali eventi coordinati troviamo numerose partite di Serie A di calcio, *Ski World Cup*, Ferrari Challenge. Lavora come coordinatore e produttore per *Infront* <sup>[101]</sup>, la principale casa di produzione legata al mondo degli eventi sportivi.

### - Quanto reputi sia importante la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?

La comunicazione è sempre la base per la buona riuscita di un evento. È importantissimo avere sempre le idee chiare. Inoltre, è bene prepararsi anche uno schema. Personalmente faccio sempre uno schema di tutto quello che riguarda il *workflow* generale dell'evento. Soprattutto mi accerto che tutto questo *workflow* preparato possa essere compreso da tutti perché mi sono accorto nei negli anni che c'è chi apprende in maniera più veloce e chi, invece, per apprendere ha bisogno di più tempo. E c'è anche chi ha bisogno di ripeterlo più e più volte. Quindi, in sostanza, sì, la comunicazione è una cosa assolutamente fondamentale e importantissima.

### - Quali sono i problemi di comunicazione che riscontri la maggior parte delle volte?

Sovente la gente pensa di avere tutto chiaro. Io parlo e la gente mi risponde “sì sì va bene va bene”. Poi sul campo ti rendi conto che l'80% delle volte non è mai così. La gente quando parli ascolta, questo sì, spesso prende anche appunti, poi però sul campo invece capita sovente che quello che hai detto non sia stato recepito nella maniera corretta. Ed è per questo che, io personalmente, scrivo tutto, spunto, chiedo più volte e faccio in modo da comprendere se una comunicazione è stata realmente ricevuta o meno.

### - Come strutturi le comunicazioni all'interno del tuo team di lavoro?

In che senso?

**- Ad esempio, devo comunicare questa informazione quindi scrivo un'email alla persona di riferimento, oppure c'è qualcuno che coordina queste operazioni. Come la organizzi, con chi ti interfacci...**

Di solito il mio modo di lavoro è tendo a preparare una email di invito a partecipare al *workflow* di produzione. Metto sempre tutti quanti in copia, molto spesso anche l'inutile metto in copia. Mi sono accorto che più gente metti in copia e sicuramente meglio è. L'email non è mai una email sola, di solito ne faccio una *pre* ed una per confermare e mi accerto che tutti la trovino. Nella email metto sempre l'ordine del giorno, gli argomenti che saranno discussi e gli divido sicuramente in base all'importanza, anche se sono tutti importanti. Mi sono accorto che, dando una priorità o un ordine di

---

<sup>101</sup> <https://www.infront.sport/>

importanza alle informazioni riguardanti tutti gli eventi, anche quelli che vengono definiti “minori”, le comunicazioni recepite hanno più peso e anche il destinatario comprenderà meglio quanto comunicato. L’utente destinatario ha bisogno, in qualche modo, di dare un peso alle informazioni, soprattutto perché spesso ne riceve tante da più eventi in contemporanea. Il trucco che uso è quello di far passare sempre l’idea che quella informazione, quella comunicazione, sia fondamentale e di priorità alta. Inoltre, se fai una scaletta assegnando delle priorità, dando un metodo di paragone quindi tra le varie cose da fare, il destinatario le ricorderà meglio proprio perché memorizza un paragone. è un piccolo trucchetto...

**- Quali applicazioni o quali strumenti utilizzi per comunicare con il tuo team? E perché?**

Adesso sempre di più utilizzo e si utilizzano i social, soprattutto causa quarantena e problemi legati al coronavirus. Io personalmente uso Whatsapp per tutto anche se non ho mai considerato la messaggistica una maniera di comunicazione ufficiale. Diciamo che la messaggistica istantanea la uso per l’inizio. Iniziamo a ragionare con un gruppo di lavoro su Whatsapp e quindi la messaggistica mi aiuta. Poi tutto quello che voglio che sia ufficiale lo metto per email.

**- Quale strumenti ti piacerebbe avere a disposizione per migliorare la comunicazione?**

Sicuramente si e ti dico che l’ho quasi trovato in *Microsoft Plans* <sup>[102]</sup>. Non so se voi l’usate. Però, ecco, avere un contenitore dove tu possa mettere le persone di cui hai bisogno, le scadenze, le approvazioni da parte di coloro che sono interessati e questo genere di funzionalità credo sia molto utile al coordinamento di un gruppo di lavoro ma anche ad una produzione stessa. Lo uso parecchio, soprattutto nel mio gruppo di lavoro. Non l’ho mai fatto in maniera strutturata ma adesso, nell’ultimo lavoro fatto per il *Ferrari Challenge* lo sto usando parecchio. Ad ognuno assegno delle scadenze, ognuno deve rispettarle. *Plans*, per conto mio, manda i *reminder* agli utenti per ricordare alle persone interessate le varie scadenze. Peccato che purtroppo non tutti ancora lo utilizzino per come andrebbe veramente utilizzato e per come piacerebbe a me. Il problema, inoltre, è che Microsoft Plans non è ancora ben ottimizzato. C’è ancora un po’ di confusione soprattutto per chi riceve l’evento, perché si ha tutto all’interno di un unico punto di ricezione e spesso l’utente si confonde.

**- Come ti comporti quanto ti accorgi che una comunicazione non è stata ricevuta correttamente oppure non è stata trasmessa?**

*In primis* verifico di aver fatto tutto io bene quello che avrei dovuto fare. Guardo la mail per verificare se ho ricevuto la conferma di lettura. In altre parole, per prima cosa analizzo me, per controllare se il problema è scaturito da un mio errore. In questo caso intervengo subito con una chiamata telefonica se la comunicazione è molto urgente,

---

<sup>102</sup> *Microsoft Plans* è un tool gestionale per progetti lavorativi ed eventi.

oppure passo sempre tramite email. Quando sono certo di aver fatto tutto ciò che mi compete, a quel punto individuo il problema e non nascondo che mi arrabbio anche in maniera abbastanza seria con l'utente che ha ignorato il messaggio. Se io ti invito ad una riunione o ad un workflow e tu non fai il tuo lavoro mi arrabbio soprattutto perché spesso non c'è la possibilità di mandare a casa una persona perché non svolge il suo lavoro correttamente. Nell'ambito delle produzioni *broadcast* si può contestare la cattiva condotta di un *freelance* ma solo ad evento finito. Sul momento hai quel tipo di elemento in qualche modo devi portare a casa il lavoro. La cosa che mi dà più fastidio è la mancanza di rispetto del lavoro degli altri. In un gruppo di lavoro bisogna sempre comportarsi adeguatamente. Ovviamente, se una comunicazione non viene recepita e la causa è il destinatario, lo si contesta a fine lavoro e lo si segna in una sorta di *blacklist* per eventuali lavori futuri.

**- Su una scala da 1 a 10 quanto saresti disposto ad usare un'app nuova ottimizzata per la comunicazione all'interno del tuo team di produzione?**

Sicuramente 10. Adoro provare nuove applicazioni e nuovi strumenti di lavoro.

**- Cosa ti farebbe cambiare drasticamente il tuo modo di gestire le comunicazioni in un team?**

Sicuramente il fatto di poter lavorare da casa, o da un ufficio. Un controllo a distanza oppure un'organizzazione a distanza, ecco, mediante *smart-working*. Questo periodo mi ha messo davanti ad una realtà ben diversa, ti dico. Il fatto di lavorare solo da casa, fare riunioni da casa, ecco. Sono stato felice di ritornare sul campo. Preferisco sempre avere gli interlocutori davanti però anche un sistema che mi permetta di gestire alcune funzioni da casa, da remoto, sarebbe quel qualcosa in più che mi farebbe cambiare drasticamente un po' il mio modo di lavorare. Anche se, lo ammetto, un po' è già cambiato notevolmente per via del periodo storico in cui viviamo.

#### **4.4 Alcune considerazioni**

Le tre interviste hanno riportato numerosi punti in comune nonostante tutti gli intervistati lavorino in ambienti differenti per tipologia e per organizzazione del lavoro.

Il campione risulta omogeneo quando si tratta di reputare fondamentale la comunicazione all'interno del proprio team. Un risultato atteso e che conferma quanto discusso nei primi capitoli di questa tesi. Inoltre, tutti e tre confermano l'importanza di avere uno schema nella comunicazione, una piramide che dall'alto verso il basso tramanda informazioni importanti per la buona riuscita di un evento. Inoltre, fatta eccezione di alcuni casi, quando avviene un problema in una produzione tutti concordano sul fatto che sia dovuto alla sfera comunicativa, anche tra reparti di uno stesso evento.

Per quanto riguarda la strutturazione delle comunicazioni abbiamo un risultato non molto conforme l'uno con l'altro. Il risultato ottenuto deriva dalle diverse esperienze e dai diversi ambiti di lavoro. Il denominatore comune tra i tre campioni è l'idea di "centro-stella" delle comunicazioni. Come in elettrotecnica esiste un centro-stella per il sistema trifase, così nel mondo degli eventi le comunicazioni sono diramate da un unico elemento. Che sia il direttore di produzione oppure un suo assistente, la comunicazione ha il fulcro in un membro del team.

Lo strumento più utilizzato per scambiarsi comunicazioni importanti è la posta elettronica. Anche se viene accompagnato da altri strumenti, l'email rimane il *leader* nel settore delle comunicazioni. Il motivo principale riguarda la sua autorità: se è scritto per mezzo email in un qual modo c'è una prova inconfutabile. Una sorta di contratto messo nero su bianco. In maniera parallela, tramite le interviste si è confermato anche l'utilizzo massiccio di Whatsapp. Il fine sono tutte quelle conversazioni definite formalmente *secondarie*, anche se tutti affermano che durante la fase di produzione Whatsapp è lo strumento che usano tutti. Il motivo è semplice: è rapido, veloce, semplice e soprattutto ce l'hanno tutti. La sua diffusione è il principio cardine per la scelta di uno strumento di comunicazione.

Discordanti, invece, sono le funzionalità aggiuntive che un sistema dovrebbe avere. L'esito è dettato dai differenti *background* lavorativi. Ogni utente richiede specifiche diverse, tra cui operabilità su più *device*, controllo della ricezione delle comunicazioni in un gruppo, organizzazione delle differenti *task*. Sono queste le tre macro-aree evidenziate da ognuno degli intervistati. Se anche qui volessimo trovare un fattore comune, potremmo affermare che sia la modularità dei vari elementi. Un po' tutti e tre i campioni hanno evidenziato che un sistema debba essere modulare, ovvero presentare funzionalità da attivare solo in caso di necessità.

Anche per quanto riguarda i comportamenti e le azioni eseguite quando ci si accorge di avere un problema legato alle comunicazioni si hanno risultati discordanti. Solo 1 su 3 riguarda il suo operato come prima cosa, per vedere se il problema scaturisce dalla sua figura o da terzi. Tutti e tre, ovviamente, concordano sull'agire tempestivamente per porre una soluzione al problema. Personalmente ritengo che le differenze sostanziali che intercorrono su questo aspetti tra le tre figure intervistate siano basate su un aspetto puramente caratteriale. Ogni persona, così come ognuno di noi, si pone con un certo carattere proprio e personale nei confronti di un problema.

Infine, dall'analisi risulta che tutti sono predisposti ad integrare un nuovo sistema o una nuova tipologia di applicativo per le loro comunicazioni. La migrazione sarebbe molto più rapida se l'interfaccia grafica presentasse per prima cosa un sistema di facile lettura e immediatezza, ovvero rapidamente e anche sotto stress si reperiscono tutte le informazioni specifiche. In seconda battuta, il passaggio avverrebbe in maniera decisa se in qualche modo si integrasse un sistema automatico di comunicazione interna. In altre parole, il risultato riguarda l'*usability* e l'*ingegnerizzazione* del processo produttivo.



# Capitolo 5

## Prototipo di web-app

Dopo aver analizzato l'ambiente di lavoro comune nella progettazione di un evento, si va a presentare un prototipo di applicativo utile ad ottimizzare la comunicazione tra i vari reparti di produzione.

Una web-app è un'applicazione che gira sul web. Non ha bisogno di installazioni. Le applicazioni web funzionano su tutti i dispositivi e su tutti i sistemi operativi. Per avviarla basterà digitare l'*URL* di riferimento in un qualsiasi *browser* recente.

Si è scelto di realizzare una web-app per la sua facilità di aggiornamento e la sua adattabilità su qualunque dispositivo.

### 5.1 Il progetto

*PPM* è il nome della web-app proposta. Il titolo deriva dall'acronimo utilizzato per indicare il *Pre Production Meeting*, ovvero il *briefing* che avviene a ridosso dell'evento con tutti gli attori in gioco al fine di allineare tutti su come si svolge l'evento e su cosa serve per realizzarlo.

Il prototipo è pensato per essere usufruito sia da *mobile* sia da *desktop* in qualunque posto e in qualunque momento.

Il codice sorgente sarà ospitato da GitHub, piattaforma online open-source che permette di ospitare progetti software di varia natura. Si è scelto di utilizzare questa piattaforma in quanto gratuita e di facile utilizzo. Inoltre, GitHub permette di avere un vero e proprio *repository* <sup>[103]</sup> permettendo l'aggiornamento di file senza sovrascrivere le versioni precedenti.



**Figura 5.1** - Logo della web-app *PPM*

---

<sup>103</sup> Secondo la guida offerta da [bucap.it](http://bucap.it) "in un repository sono raccolti dati e informazioni in formato digitale, valorizzati e archiviati sulla base di metadati che ne permettono la rapida individuazione, anche grazie alla creazione di tabelle relazionali."

### 5.1.1 L'idea

*PPM* è un sistema di gestione di eventi il cui focus è posto su coloro che lavorano nel team di produzione.

Nasce dalla necessità del direttore di produzione di conoscere tutti gli stati di avanzamento dei lavori di pre-produzione di un evento e di poter contattare in maniera diretta e immediata qualsiasi membro del team e dalla necessità che ha un qualsiasi membro del team nel reperire tutte le informazioni utili per svolgere il proprio compito al meglio.

Come discusso nel **capitolo 3**, l'obiettivo è quello di permettere a tutte le funzioni di soddisfare le varie necessità comunicative primarie e secondarie.

L'idea è anche quella di abbattere le lunghe email interminabili e di poter recuperare le informazioni in maniera più ottimale e veloce. Le informazioni non devono essere perse e devono essere catalogate e condivise tra tutti gli attori.

In secondo luogo, *PPM* aiuta ogni singolo membro del team a portare a termine le proprie task in maniera veloce e semplice.

Infine, *PPM* trasmette in automatico le informazioni identificate come necessarie ai vari membri del team suddivise per la loro tipologia in base ai vari aggiornamenti.

### 5.1.2 Target

Il target principale è dunque rappresentato dai membri del team di produzione, a cui viene data la possibilità di poter interagire tra loro, rimanere in costante aggiornamento su tutto l'avanzamento dei lavori, reperire informazioni in maniera rapida e contattare altri membri del team in maniera *uno-a-uno* o in maniera *uno-a-molti*. Il fine è far in modo che un supporto tra tutto lo staff possa portare a una maggiore collaborazione tra i vari reparti, avendo come risultato un'ottimizzazione ed una efficienza di tutto il workflow produttivo.

Come si vedrà successivamente nel paragrafo, il target principale verrà successivamente scomposto in base al suo ruolo all'interno del team di produzione.

Il target secondario è invece rappresentato dagli addetti esterni al team di produzione, ai quali è richiesta una minima interazione con il team principale in toto. Gli esterni hanno la possibilità di reperire tutte le informazioni utili direttamente nel sistema oppure possono ricevere in automatico alcune comunicazioni fondamentali.

## 5.2 Strumenti

Per ottimizzare tutto il workflow produttivo si introduce uno strumento di gestione e pianificazione denominato *WBS - Work Breakdown Structure*.

L'organizzazione di un evento prevede spesso numerose attività da gestire e da integrare, la maggior parte in simultanea. Per facilitare il lavoro di organizzazione di queste attività esistono diverse metodologie di WBS.

### 5.2.1 WBS - Work Breakdown Structure

Un progetto per essere sviluppato al meglio deve essere analizzato in tutti i suoi singoli *step*. Progetti di notevole dimensione e complessità possono racchiudere una serie elevata di attività che, senza la giusta pianificazione, rischiano di non essere portati a termine per tempo.

Con l'acronimo inglese WBS - Work Breakdown Structure (*Scomposizione Strutturata del Progetto*) si identifica l'elenco di tutte le attività elementari presenti all'interno di un progetto.<sup>[104]</sup> La struttura è formata da un albero gerarchico orientato al prodotto suddiviso in funzione delle varie task da eseguire per arrivare a quel determinato oggetto o servizio. Il numero di livelli presenti in questa struttura è direttamente proporzionale alla complessità di realizzazione del prodotto finale.

Il metodo di scomposizione per *step* successivi ha le basi nei principi filosofici esposti nel "Discorso sul Metodo" dallo studioso Renato Cartesio nel 1637.<sup>[105]</sup>

Un WBS è un tipo di approccio molto utilizzato in ambito progettuale soprattutto per la sua efficacia nella pianificazione, nell'esecuzione, nel controllo e nella reportistica di un qualsiasi progetto. Tutto il processo produttivo contenuto in un WBS deve essere identificato, stimato, organizzato e preventivato in fase preliminare.

Tutto il lavoro viene organizzato e suddiviso in elementi più facili da gestire, rendendo così meno complesso la comprensione di tutto quanto il progetto. La struttura viene poi condivisa con tutti gli *stakeholders*<sup>[106]</sup>.

#### 5.2.1.1 Struttura

Utilizzando la Work Breakdown Structure, dunque, un qualsiasi progetto viene scomposto in maniera gerarchica in sottobiettivi, in attività o in compiti specifici. Ogni

---

<sup>104</sup> <https://www.visual-paradigm.com/guide/project-management/what-is-work-breakdown-structure/>

<sup>105</sup> Fonte <http://larem.it/come-organizzare-un-evento-di-successo-wbs/>

<sup>106</sup> Secondo l'Enciclopedia Treccani con il termine *Stakeholder* si identificano "Tutti i soggetti, individui od organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa economica".

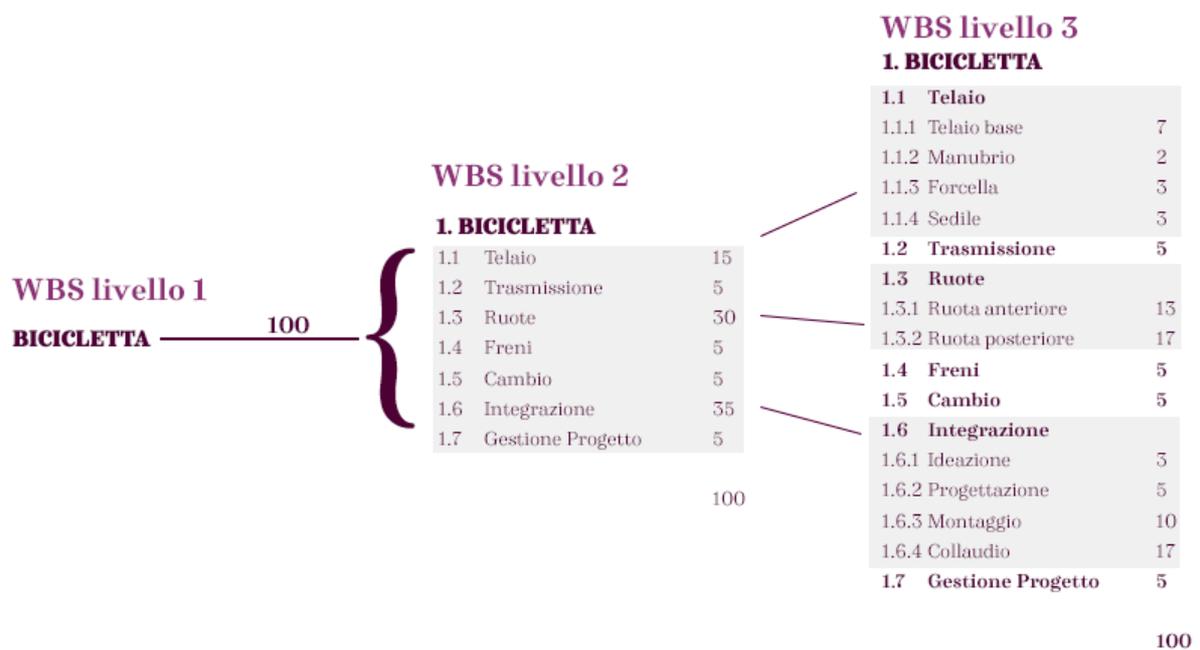
singola scomposizione ricorrente avviene con un dettaglio sempre maggiore, utilizzando il cosiddetto approccio *top-down*.

Ogni sotto-elemento prendere il nome di WBE - Work Breakdown Elements.

Un progetto scomposto mediante Work Breakdown Structure viene solitamente rappresentato in forma grafica o descrittiva. La forma grafica è rappresentata da una struttura ad albero, la forma descrittiva è invece rappresentata dalla struttura ad indice.

Man mano che ogni singola attività viene portata a termine, tutto il quadro generale relativo alla scomposizione può essere progressivamente ridefinita.

Nella **Figura 5.2** viene riportato un esempio grafici di WBS applicato alla fabbricazione e prototipazione di una bicicletta.



**Figura 5.2** - Esempi di strutture ad albero <sup>[107]</sup>

<sup>107</sup> Liberamente ispirata da un'immagine dimostrativa tratta da Practice Standard for Work Breakdown Structures (2nd Edition)

### 5.2.1.2 Principi di base

Per una corretta scomposizione mediante Work Breakdown Structure, qualunque sia il tipo di progetto a cui viene applicato, è fondamentale conoscere in primis gli obiettivi da perseguire già in fase preliminare.

Il livello di scomposizione in Work Breakdown Elements deve essere realizzato in modo tale da presentare chiare e distinte sotto-attività e non devono presentare duplicati. Ogni singolo ramo della struttura deve presentare attributi specifici a se stanti.

La scomposizione di tutto il progetto può avvenire seguendo una delle seguenti tre logiche:

- **Scomposizione per fasi**

Il progetto viene scomposto in base alle varie fasi che portano alla realizzazione di un singolo obiettivo

- **Scomposizione per processi**

Tutto il processo viene diviso in funzione dei processi che portano alla realizzazione delle *deliverables*, ovvero oggetti concreti realizzati per arrivare al prodotto finale (ad esempio per costruire una casa si parte dalle fondamenta, dai muri e si arriva al tetto)

- **Scomposizione per localizzazione**

Tutti i singoli elementi vengono scomposti in base al luogo in cui vengono realizzati

Una delle regole principali che permettono un utilizzo corretto della metodologia WBS è la regola del 100%.

“La WBS deve includere il 100% del lavoro definito dal progetto e tutto il necessario - interno, esterno e appaltato - alla realizzazione del progetto, inclusa la gestione del progetto stesso.

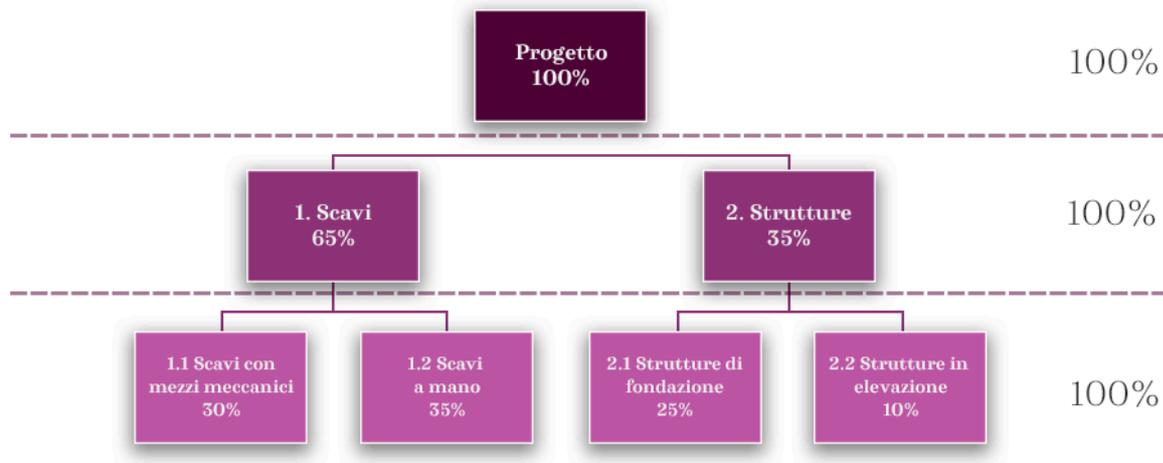
La regola si applica a tutti i livelli della gerarchia: la somma del lavoro dei livelli “figli” deve essere uguale al 100% del lavoro rappresentato dal loro “padre”.

La regola si applica anche al livello di attività: il lavoro rappresentato dalle attività in ciascun pacchetto di lavoro deve dare, sommato, il 100% del lavoro necessario per completare il pacchetto.” [108]

A titolo di esempio, nella **Figura 5.3** viene riportato un grafico raffigurante la regola del 100% sopra citata.

---

<sup>108</sup> Fonte: <http://biblus.acca.it/focus/wbs-work-breakdown-structure-cose-si-utilizza/>



**Figura 5.3** - Esempio della regola del 100% applicata ad un progetto edile

### 5.2.1.3 Applicazione del WBS ad un evento generico

L'organizzazione di un evento qualsiasi può essere approcciato in fase di progettazione mediante metodologia Work Breakdown Structure. Molte società di produzione di eventi utilizzano questo sistema.

L'adattamento del WBS al mondo degli eventi ha come obiettivo quello di coordinare al meglio tutta la programmazione e di eseguire una serie di verifiche di tutte le attività da svolgere per arrivare alla data dell'evento in maniera completa e coordinata.

Nelle fasi preliminari il direttore di produzione insieme ai responsabili di ogni funzione stabilisce tutte le attività da realizzare e, in seconda battuta, definisce *come* esse debbano essere eseguite. Si costruisce così il progetto andando a scomporre il tutto in tante singole attività da far eseguire a tutte le singole funzioni. Grazie a questa suddivisione si comprende l'effettiva difficoltà e si iniziano a stanziare i budget preliminari.

Per ogni singolo obiettivo preposto si stabiliscono tre parametri:

- un arco di tempo nel quale deve essere portato a termine;
- i mezzi utilizzati per portarlo a termine;
- il costo previsto.

Durante la pianificazione delle singole attività da svolgere, il team di produzione utilizza i seguenti quattro principi:

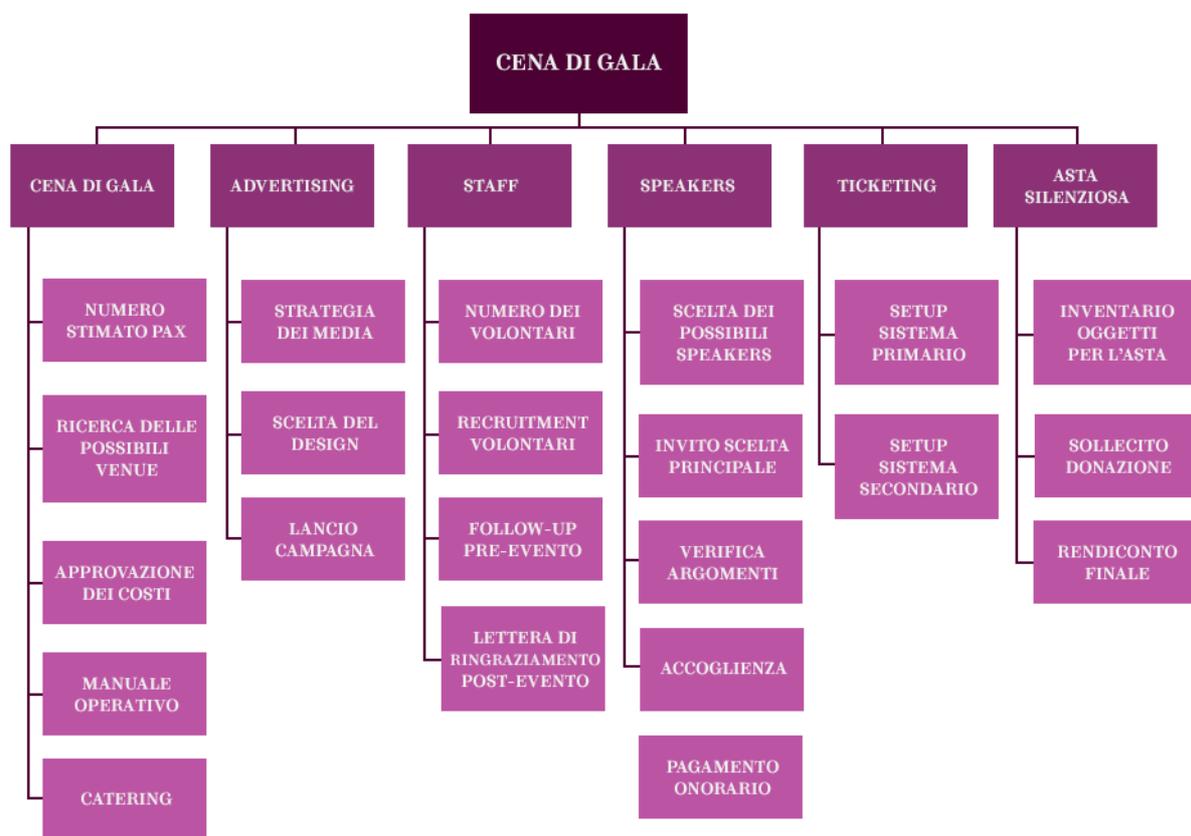
- **evidenza**  
studiare e non lasciare nulla al caso
- **analisi**  
individuare tutte le azioni da compiere e scomparse ulteriormente in sotto-elementi

- **sintesi**  
arrivare ad azioni più complesse partendo da azioni più semplici
- **controllo**  
verificare costantemente lo stato di avanzamento delle singole attività

Il direttore di produzione ha la responsabilità di tutta la Work Breakdown Structure. Tutto ciò che non viene inserito all'interno di questa struttura viene considerato come extra-progetto. Una volta definito il tutto, diventa il contratto riguardo a cosa deve essere realizzato, con quali tempi, con quali costi e con quali parametri.

È importante evidenziare che progettare al meglio un buon WBS è un buon punto di partenza, ma alla base deve essere presente un'organizzazione ben coordinata e competente.

Nella **Figura 5.5** si riporta un esempio di Work Breakdown Structure applicato ad una cena di gala finalizzata alla raccolta fondi.



**Figura 5.4** - WBS applicato all'organizzazione di una cena di gala

## 5.3 Prototipo di WebApp

PPM ha come obiettivo quello di migliorare tutta la gestione del flusso comunicativo di un team di produzione generico. Per fare questo, PPM si avvale di una doppia logica:

- *logica verticale*  
il direttore di produzione può accedere verticalmente a tutte le singole funzioni per verificare lo stato dei lavori in maniera singola (dall'alto verso il basso)
- *logica orizzontale*  
le diverse tipologie di utenti, fatta eccezione della figura del direttore di produzione, sono messe sullo stesso piano e hanno tutte uguale peso.

Il *workflow* è molto semplice e consequenziale.

Il direttore di produzione crea un evento e inserisce tutte le varie informazioni. Nel momento della creazione egli specifica la tipologia di evento e quali funzioni sono coinvolte nel progetto. Successivamente assegna poi un responsabile per ogni funzione indicata. Ogni utente coinvolto, a sua volta, riceve una notifica e decide se accettare o meno l'incarico. Se accetta, avrà a disposizione una *dashboard* con un elenco di *task* da eseguire e da portare a termine.

Le *task* da portare a termine sono assegnate di *default* dal sistema in base alla tipologia di evento selezionata in fase di creazione. Solo il direttore di produzione ha la possibilità di disattivare le *task* di base e aggiungerne di nuove. Il responsabile di ogni singola funzione può creare anche lui nuove *task* ma esse passano in approvazione al direttore di produzione. Le *task* sono assegnate seguendo la logica della *Work Breakdown Structure* presentata nel *paragrafo 5.2.1*.

Il singolo responsabile di funzione ha la possibilità di creare un proprio sottogruppo di lavoro. Gli utenti terzi hanno accesso limitato alla piattaforma.

Ogni *task* può essere assegnata ad uno o a più utenti. Ogni volta che una funzione viene portata a termine, il direttore di produzione riceve una notifica. Nel caso in cui una *task* fosse di importanza primaria per un'altra funzione, quest'ultima viene avvertita del completamento mediante notifica.

Per ogni *task* creata è possibile creare una chat di discussione con tutti gli utenti coinvolti o con utenti specifici. Ogni chat, quindi, sarà identificata da un *tag*.

Ogni utente ha la possibilità di accedere ad una *timetable* contenente un diagramma di Gant con il *timing* di tutte le varie *task*. Il direttore di produzione ha accesso al diagramma di Gant in interezza con tutte le *task* di tutte le funzioni del progetto. Tutti gli altri utenti, invece, avranno accesso solo al diagramma di Gant inerente alla propria funzione.

È disponibile una sezione di *storage* con tutti i documenti prodotti dalle singole funzioni. Ogni documento è assegnato ad una funzione. Solo quest'ultima insieme al direttore di produzione ha facoltà di scrittura e di modifica del documento. Tutti hanno accesso a questa sezione in sola lettura.

### 5.3.1 Tipologia di utente

Per sviluppare al meglio la web-app proposta sono state individuate 6 tipologie di utente:

- direttore di produzione
- segreteria di produzione
- responsabile funzione tecnica
- responsabile logistica
- responsabile sicurezza
- utente terzo

Il **direttore di produzione** ha funzione di *admin* e di gestore di tutto il progetto evento. Ha accesso a tutto. Un account con questa tipologia di utente viene attivato direttamente in fase di acquisto della licenza di utilizzo di PPM.

Le funzionalità ad alto livello previste per l'utente *direttore di produzione* sono riassunte nella **Tabella 5.1** proposta di seguito.

Funzionalità	Descrizione
Creazione e gestione di un evento	Il direttore di produzione può creare un evento scegliendo da una serie di tipologie proposte dall'applicativo. Per ogni evento, il direttore di produzione specifica quali funzioni sono coinvolte e gli assegna un responsabile.
Gestione del team di produzione	Il direttore di produzione può creare tutti gli utenti del suo team oppure può convalidare le richieste di registrazione pervenute. Inoltre, ha la possibilità di contattare verticalmente tutte le singole funzioni in maniera diretta.
Creare e assegnare task	Il direttore di produzione può creare differenti task da eseguire per portare a termine la pre-produzione di un evento. Ogni task può essere assegnata ad una specifica funzione.
Verificare lo stato di avanzamento dei lavori delle singole funzioni	Il direttore di produzione può verificare costantemente lo stato di avanzamento dei lavori e può <i>pushare</i> un utente affinché possa portare a termine quella specifica <i>task</i> nel più breve tempo possibile.

**Tabella 5.1** - Funzionalità ad alto livello previste per l'utente *direttore di produzione*

La **segreteria di produzione** è una tipologia di utente che va a supporto del direttore di produzione. Ha la possibilità di gestire e organizzare le agende delle singole funzioni e del direttore stesso ma non ha la possibilità di creare utenti e non può modificare nulla delle altre funzioni. Ha un'*overview* su tutto il progetto.

Le funzionalità ad alto livello previste per l'utente *segreteria di produzione* sono presentate nella **Tabella 5.2**.

Funzionalità	Descrizione
Gestione delle richieste provenienti dalle singole funzioni	La segreteria di produzione ha la possibilità di visualizzare tutte le richieste provenienti dalle singole funzioni.
Organizzazione agenda	La segreteria di produzione, in base alle varie necessità produttive che possono insorgere, organizza il calendario delle varie funzioni. Inoltre indice le riunioni di produzioni incastrando i vari impegni di tutto il team.

**Tabella 5.2** - Funzionalità ad alto livello previste per l'utente *segreteria di produzione*

La funzione **tecnica**, la funzione **logistica** e la funzione **sicurezza** sono tre tipologie di utente con le stesse funzioni declinate nei tre diversi settori di operatività. Ogni funzione ha la possibilità di gestire il proprio team interno creando utenti da zero (mandandoli in approvazione al direttore di produzione) oppure può aggiungendoli da una elenco. Tutte le funzioni hanno specifiche *task* da portare a termine.

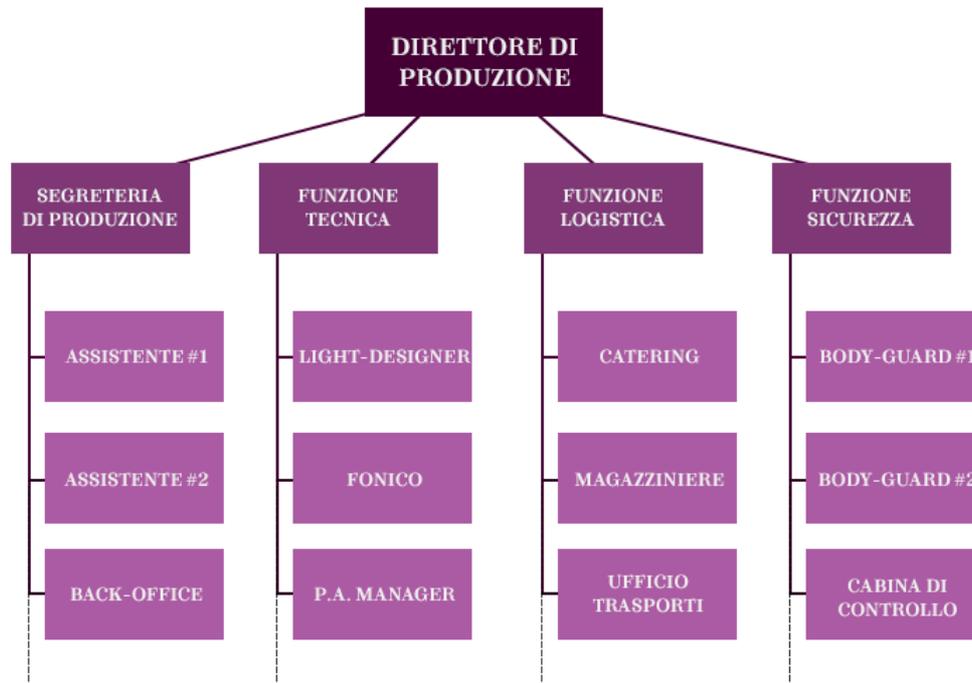
Le funzionalità ad alto livello previste in comune per le tipologie di utente *funzione tecnica*, *funzione logistica* e *funzione sicurezza* sono riassunte nella **Tabella 5.3**.

Funzionalità	Descrizione
Gestione delle task	Le singole funzioni hanno la possibilità di gestire le <i>task</i> assegnate.
Scambio di informazioni con altri membri del team	Le funzioni possono mettersi in contatto con tutti i membri del team sia interno che esterno racchiudendo ogni conversazione sotto un <i>tag</i> o sotto una <i>task</i> .

**Tabella 5.3** - Funzionalità ad alto livello previste per l'utente *segreteria di produzione*

Un **utente terzo** può accedere alle informazioni della propria area di appartenenza in modalità sola lettura. Può comunicare con il team associato alla sua funzione e può caricare dei documenti. In base agli accessi, può anche modificare alcuni file. Possono essere assegnate delle *task* dal responsabile della funzione.

Nella **Figura 5.4b** è presentato lo schema delle dipendenze gerarchiche delle varie tipologie di utente previste.



**Figura 5.4b** - Gerarchia e dipendenze delle tipologie di utente dell'app *PPM Event Manager*

### 5.3.2 Architettura delle informazioni

Con il termine “architettura delle informazioni” si identifica la classificazione e la strutturazione delle informazioni in un applicativo informatico. Dal punto di vista progettuale si identificano i singoli argomenti e li si catalogano in categorie specifiche. Queste categorie, a loro volta, costituiscono i principali componenti della struttura gerarchica del sito stesso. Il fine è quello di orientare gli utenti alle varie pagine in maniera semplice e diretta.

Nelle figure successive si riportano le differenti tipologie di *flow-chart* inerenti a ciascun utente presentato nel paragrafo precedente.

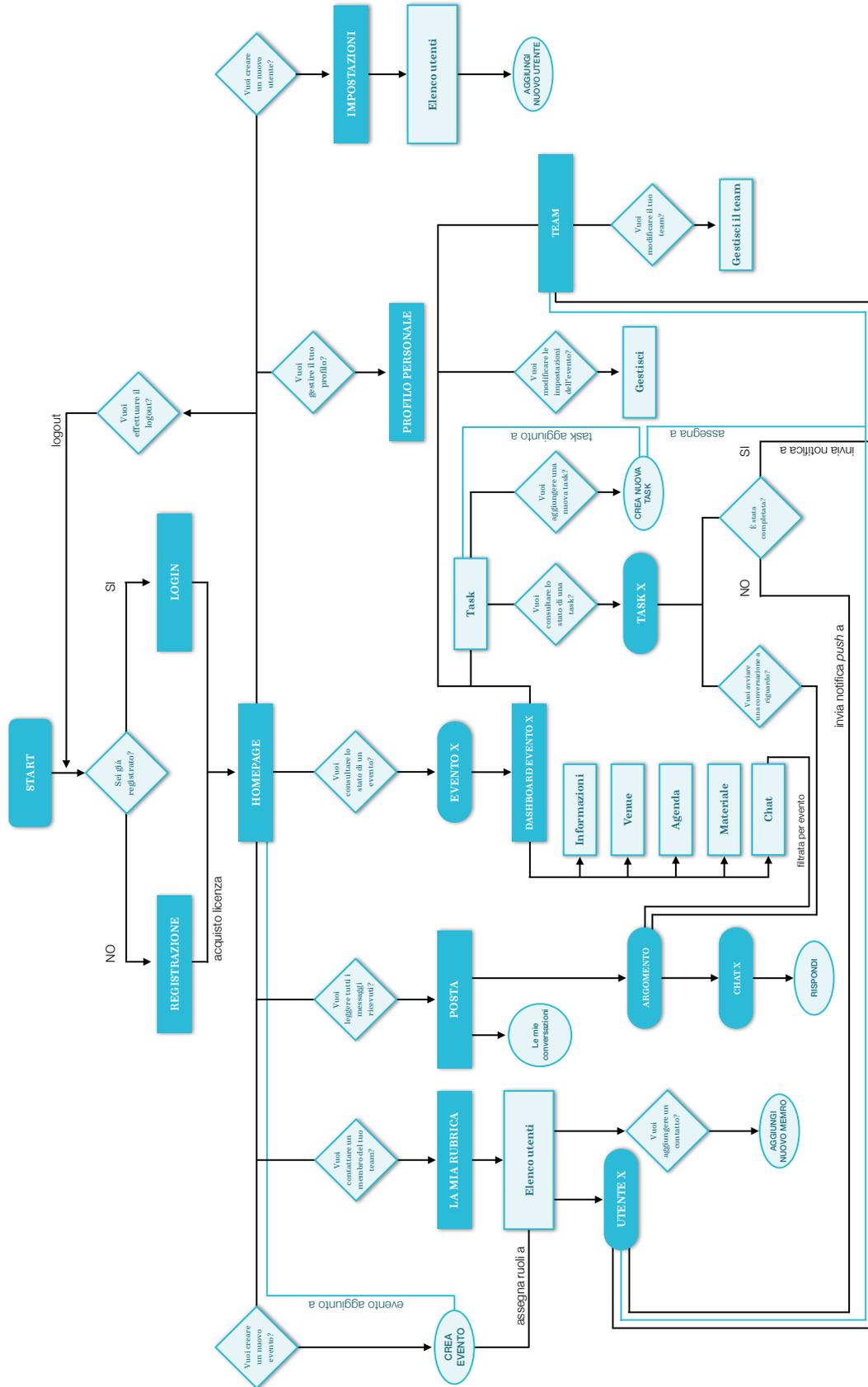
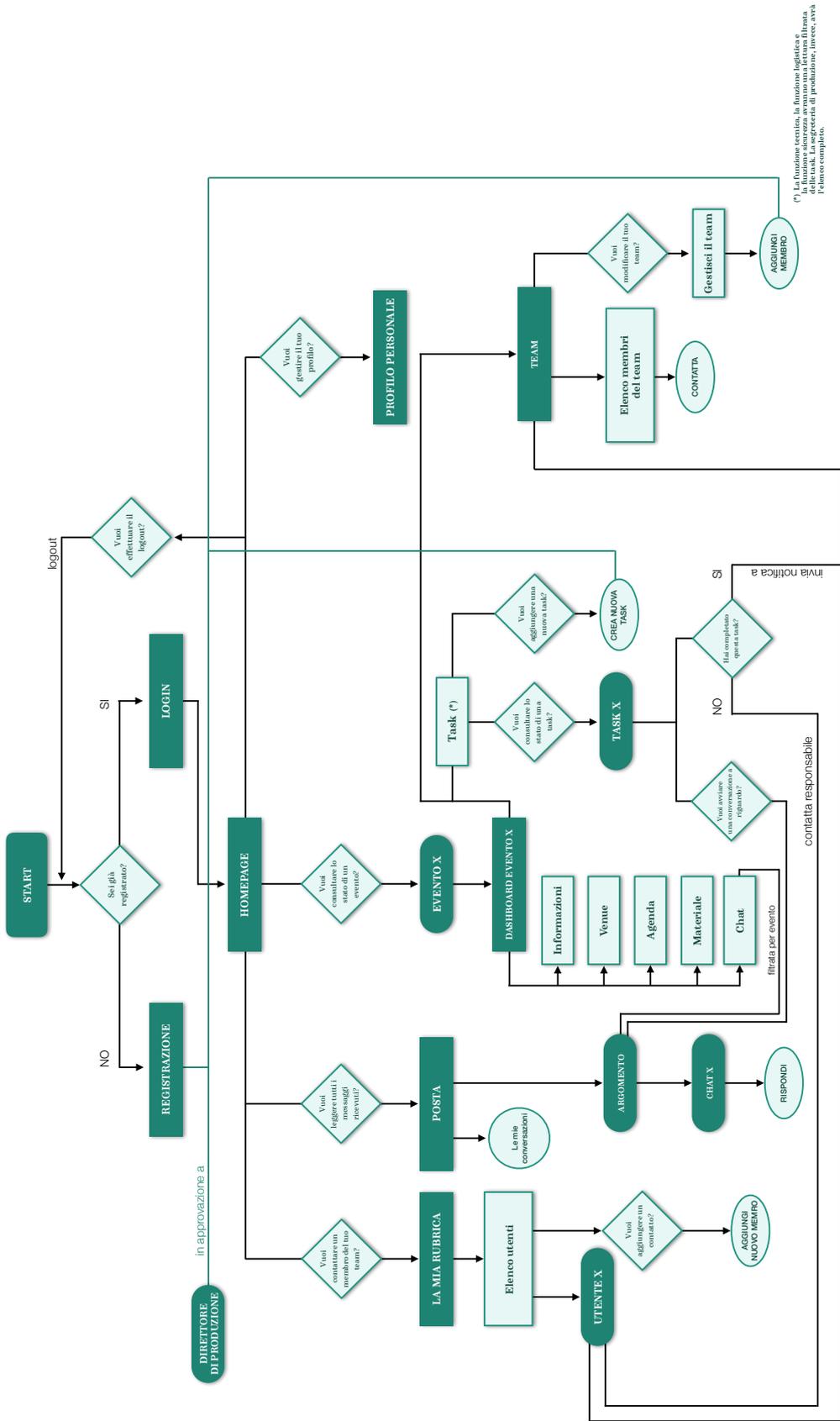


Figura 5.5 - Flowchart dell'utente *Direttore di Produzione*



**Figura 5.6** - Flowchart dell'utente Segreteria di Produzione, Funzione Tecnica, Funzione Logistica e Funzione Sicurezza

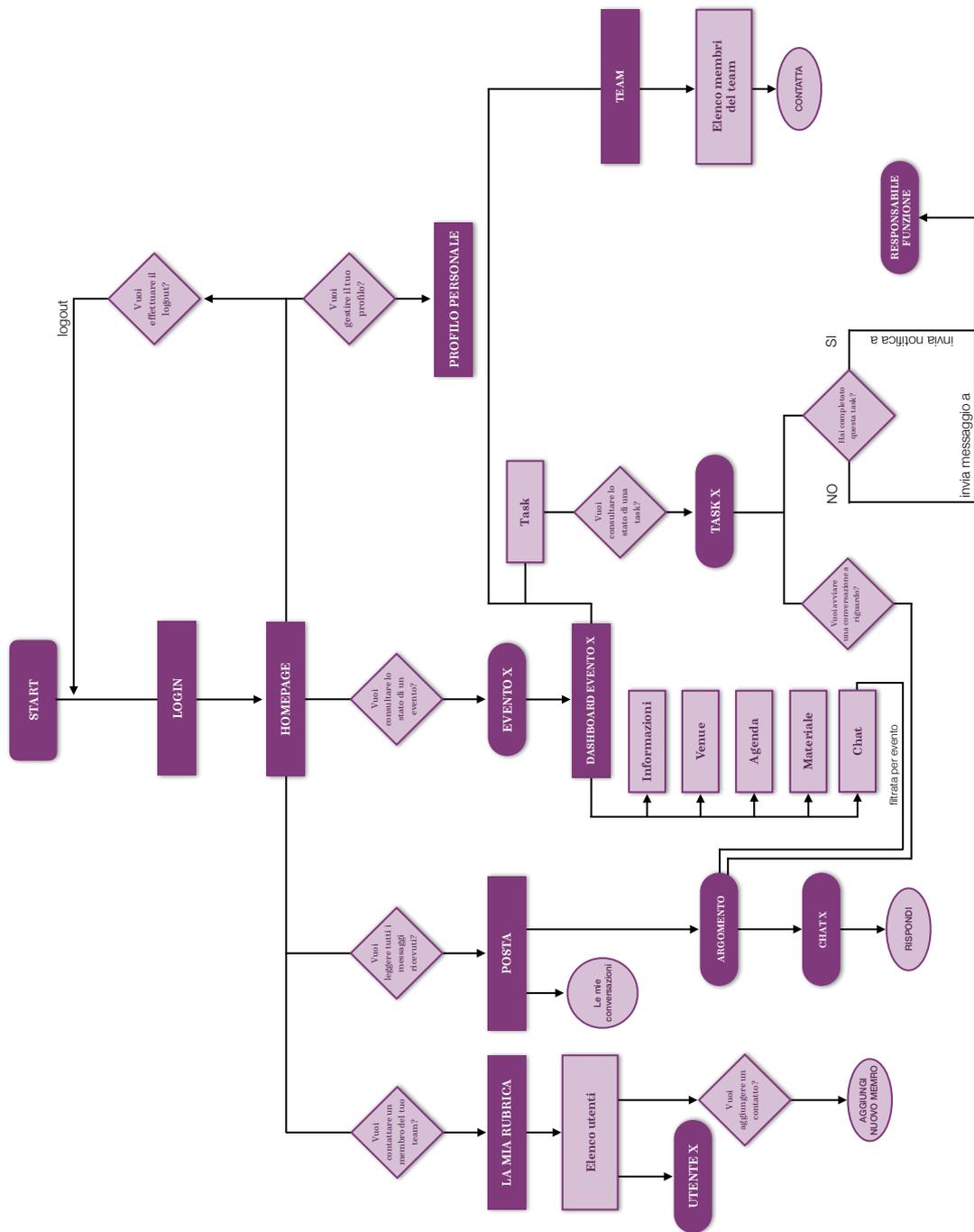


Figura 5.7 - Flowchart dell'utente terzo

### 5.3.3 La scheda “evento”

Il punto centrale dell’applicativo è la scheda evento. Essa racchiude tutte le informazioni necessarie per far sì che il progetto “evento” possa essere messo in piedi e possa essere portato a termine.

Qualunque utente, dopo aver immesso *e-mail* e *password* nella pagina del *login*, viene rimandato alla *Homepage* dove ha la possibilità di selezionare un qualsiasi *evento* creato, ricevuto o accettato e può accedervi.

Come già esposto precedentemente, solo il Direttore di Produzione ha la possibilità di creare un nuovo evento. Per far questo, sempre nella pagina *Homepage* è disponibile il pulsante “+ *aggiungi nuovo evento*” con il quale avvia la procedura di creazione.

La scheda “evento” è composta da 2 sezioni principali: *Dettagli Evento* e *Il Tuo Team*.

Nella sezione *Dettagli Evento* sono riportate le informazioni importanti relative all’evento. Nello specifico:

- **nome**  
il nome completo dell’evento;
- **abbreviazione**  
il nome abbreviato dell’evento. Essendoci la possibilità di avere numerosi eventi, per evitare di perdersi in mezzo a *festival del...* o *concerto di...* si inserisce un nome abbreviato riconoscibile a tutti soprattutto in lunghi elenchi di eventi. Ad esempio, per indicare *Il Festival della Vita* si può inserire l’abbreviazione *Vita Fest*. Serve solo agli addetti ai lavori e non viene reso pubblico esternamente;
- **tipologia**  
si seleziona da un elenco pre-impostato la tipologia di evento. In automatico verranno assegnate successivamente delle task alle varie funzioni;
- **venue**  
si inserisce la *venue* da un elenco oppure la si aggiunge da zero. In automatico il sistema registra i dati della nuova *venue* inserita;
- **cliente**  
si inseriscono i dati del cliente che ha commissionato l’evento. Come per la sezione *venue*, anche in questo caso è possibile selezionare un cliente da un elenco pre-esistente oppure crearlo da zero e salvarlo in memoria per possibili lavori futuri;
- **data inizio produzione**  
si inserisce la data dell’inizio di tutti i lavori di pre-produzione;
- **data allestimento / data evento / data disallestimento**  
si inseriscono le date e gli orari di allestimento, di evento e di disallestimento;

- **stato**  
stato dei lavori selezionabile da un elenco;
- **note**  
eventuali annotazioni o *memo* da inserire.

Le *tipologie* di evento selezionabili sono le seguenti:

- conferenza
- concerto musica classica
- concerto musica pop o elettronica

La *venue* presenterà i seguenti dati:

- nome della location \*
- indirizzo \*
- sito web
- nome cognome *account manager* \*<sup>[109]</sup>
- cell. *account manager* \*
- e-mail *account manager* \*
- nome cognome referente tecnico *venue*
- cell. Referente tecnico *venue*
- e-mail referente tecnico *venue*
- note

I campi contrassegnati dal simbolo asterisco \* sono campi obbligatori. In questa sezione sarà possibile aggiungere ulteriori campi inerenti ad ulteriori contatti. È inoltre possibile collegare questi dati con la propria rubrica presente tra le funzionalità del sito.

Il *cliente* presenterà i seguenti dati:

- nome cognome \*
- azienda
- cell. \*
- e-mail \*

I campi contrassegnati dal simbolo asterisco \* sono campi obbligatori. È possibile anche in questo incrociare i dati con la propria rubrica.

---

<sup>109</sup> L'*account manager* non è altro che il contatto del referente commerciale della sala, ovvero colui che "ti vende" l'affitto della location.

Lo *stato* di un evento può essere selezionato tra le seguenti opzioni:

- **opzionato**

il direttore di produzione seleziona questa opzione nel caso in cui un evento fosse stato opzionato ma non confermato. L'utilità è quella di bloccare una rosa di date in maniera preventiva;

- **non partito**

l'evento è stato confermato ma non è ancora in lavorazione;

- **in lavorazione**

l'evento è stato confermato e sono partiti i lavori di pre-produzione. Nel caso in cui la *data di inizio produzione* corrispondesse alla data odierna o fosse antecedente, il direttore di produzione riceve una notifica con il quale si chiede di aggiornare lo stato dell'evento in questione;

- **concluso**

l'evento è terminato. Rimane in memoria per archivio.

- **annullato**

l'evento è stato annullato. Nel caso in cui dovesse essere selezionata questa opzione, il sistema mostrerà una finestra di *popup* nel quale bisogna confermare lo stato di annullamento. Questa doppia verifica si rende necessaria per eliminare possibili errori umani dovuti alla fretta della compilazione del *form*.

Solo il direttore di produzione può cambiare lo stato di un evento. Ogni volta che una modifica viene effettuata, ogni membro del team riceve una notifica.

Nella sezione *Il Tuo Team* il direttore di produzione deve costruire il proprio gruppo di lavoro. Egli ha la possibilità di selezionare quali settori entreranno in gioco nell'organizzazione dell'evento. Per abilitare un settore occorre mettere il *segno di spunta* nell'apposita casella posta di fianco ad ogni singola funzione. Per ogni funzione abilitata è obbligatorio inserire un responsabile sfogliando la propria rubrica. È possibile creare un nuovo utente. Solo in questo caso la procedura non sarà quella standard relativa all'aggiunta di un nuovo *record* in rubrica. Infatti, in questa sezione è possibile creare un nuovo profilo utente inserendo, oltre ai tradizionali campi, anche un'e-mail ed una password. In automatico, all'indirizzo e-mail creato verrà inoltrato un link di attivazione dell'account. Questa funzione sarà disponibile anche nelle *Impostazioni* del profilo.

In un apposito box è possibile anche eseguire l'*upload* di un'immagine o un banner *.jpeg* o *.png* per identificare visivamente l'evento nella homepage.

Cliccando sul pulsante "+ *conferma*" si convalida la procedura e l'evento verrà salvato nel *database* del sistema. Inoltre tutti gli utenti aggiunti nella sezione *Il Tuo Team* riceveranno una notifica nella *Homepage* personale relativa alla richiesta di accettazione di un nuovo incarico dell'evento appena creato.

### 5.3.4 La scheda “task”

Una *task* è uno specifico compito assegnato ad un utente di un evento. Egli ha l’obiettivo di portarlo a termine entro una data prestabilita.

Una *task* è un oggetto composto dai seguenti attributi:

- **ID**  
identifica la *task* con un numero univoco generato dal sistema. È utile nel caso in cui, durante una riunione, qualcuno si debba riferire ad un preciso compito;
- **abbreviazione**  
campo nel quale si inserisce il nome abbreviato della funzione. È utile nel momento in cui si avvia una chat relativa alla *task* selezionata;
- **funzione**  
funzione di riferimento, selezionabile tra quelle abilitate dal direttore di produzione in fase di creazione di un evento;
- **responsabile della task**  
è l’utente che ha il compito di portare a termine la *task*. Può essere selezionato da un’elenco utenti presenti nel proprio team. È possibile anche aggiungere più di un utente ma solo il primo in elenco avrà la facoltà di cambiare lo *status* della *task*;
- **argomento**  
si seleziona l’argomento di appartenenza da un elenco filtrato per la funzione selezionata;
- **informazioni**  
campo di testo libero dove scrivere tutto quello che bisogna fare per completare quella determinata *task*;
- **status**  
status selezionabile da un elenco;
- **scadenza**  
data entro il quale deve essere portato a termine;
- **inoltra aggiornamenti a**  
si inseriscono tutti gli utenti a cui inoltrare una notifica nel momento in cui viene cambiato lo *status*;
- **tag**  
è possibile assegnare fino a 3 *hashtag* identificativi. Saranno utili poi per eventuali ricerche.

Dal punto di vista informatico, all’interno di ogni singolo oggetto *task* verrà registrata la data di creazione, la data di effettivo completamento (non la data di scadenza) e l’ID utente che lo ha creato.

Lo *status* di una *task* può essere selezionato tra le seguenti opzioni:

- **non assegnato**  
 *status* inerente a tutte quelle *task* che vengono create di *default* dal sistema nel momento in cui si seleziona la tipologia di un evento. Ricorda al responsabile di assegnare un utente;
- **assegnato**  
 la *task* è stata assegnata ad un utente ma non sono ancora iniziati i lavori per completarla;
- **in corso**  
 i lavori sono iniziati;
- **completato**  
 la *task* è stata portata a termine e viene archiviata.

Una *task* può essere creata sia dal direttore di produzione sia dal responsabile di una funzione. Nel caso in cui fosse creata da quest'ultimo, il direttore di produzione riceve una notifica e decide se confermare o meno la *task*.

Nella *dashboard* di un qualsiasi evento selezionato è presente un box con il riassunto delle successive tre *task* da eseguire. Le *task* sono ordinate dalla più urgente a quella meno urgente, ovvero da quella con data di scadenza più prossima a quella più remota.

L'utente responsabile di funzione può accedere all'elenco completo delle *task* da eseguire cliccando sull'apposito link presente nella dashboard. In questa sezione è possibile verificare lo stato di tutte le proprie *task*. Inoltre, cliccando su una *task* specifica è possibile leggere tutte le informazioni e tutti i dati legati ad essa.

L'utente terzo può accedere in sola lettura esclusivamente all'elenco delle *task* assegnate al proprio *account*. Se porta a termine una specifica *task*, può cambiare lo *status* ma spetterà al responsabile di funzione verificare il corretto completamento. L'avviso verrà inoltrato tramite notifica. Solo dopo questa verifica, e quindi solo dopo l'approvazione da parte del responsabile la *task* potrà essere archiviata come *completata* e potranno partire le notifiche a tutte quelle persone presenti nell'elenco "*inoltre aggiornamenti a*".

Una *task* può essere modificata sia dal direttore di produzione sia dall'utente che l'ha creata. L'utente a cui è assegnato può solo modificare lo *status* e mandarlo in approvazione.

Come già esposto precedentemente, nel momento della creazione di un evento si seleziona una tipologia. Di conseguenza, il sistema automaticamente assegna delle *task* ai singoli responsabili di ogni funzione. Tutti i dettagli sono riportati nella **Tabella 5.4**.

## CONFERENZA

Direttore di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stipula contratto con cliente</li> <li>- Organizzare un sopralluogo</li> <li>- Caricare planimetrie nel materiale</li> </ul>
Segreteria di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elenco relatori</li> <li>- Elenco degli ospiti</li> <li>- Elenco personale tecnico</li> </ul>
Funzione Tecnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di relatori per microfoni</li> <li>- Richiedere se son previsti contenuti video e/o PPT</li> <li>- Contattare service</li> </ul>
Funzione Logistica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzare accoglienza dei relatori</li> <li>- Ospitalità</li> <li>- Contattare catering per buffet di accoglienza</li> </ul>
Funzione Sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piano di sicurezza</li> <li>- Elenco persone autorizzate (proveniente da segreteria di produzione)</li> <li>- Badge</li> </ul>

## CONCERTO DI MUSICA CLASSICA

Direttore di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stipula contratto con cliente</li> <li>- Organizzare un sopralluogo</li> <li>- Caricare planimetrie nel materiale</li> <li>- Caricare Rider</li> </ul>
Segreteria di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elenco artisti</li> <li>- Elenco del management</li> <li>- Elenco personale tecnico</li> <li>- Accordo con S.I.A.E.</li> </ul>
Funzione Tecnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leggere il Rider</li> <li>- Capitolato tecnico</li> <li>- Prima stesura progetto su planimetria</li> <li>- Organizzare noleggio strumenti musicali</li> <li>- Contattare referente tecnico orchestra</li> <li>- Contattare service</li> </ul>
Funzione Logistica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizzare spostamenti artisti</li> <li>- Ospitalità artisti</li> <li>- Organizzare trasporto strumenti musicali</li> <li>- Organizzare camerini</li> <li>- Organizzare punto di ristoro</li> </ul>
Funzione Sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piano di sicurezza</li> <li>- Elenco persone autorizzate (proveniente da segreteria di produzione)</li> <li>- Badge</li> </ul>

CONCERTO DI MUSICA POP O ELETTRONICA	
Direttore di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stipula contratto con cliente</li> <li>- Organizzare un sopralluogo</li> <li>- Caricare planimetrie nel materiale</li> <li>- Caricare Rider</li> </ul>
Segreteria di produzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elenco artisti</li> <li>- Elenco del management</li> <li>- Elenco personale tecnico</li> <li>- Accordo con S.I.A.E.</li> </ul>
Funzione Tecnica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Leggere il Rider</li> <li>- Capitolato tecnico</li> <li>- Prima stesura progetto su planimetria</li> <li>- Organizzare noleggio strumenti musicali</li> <li>- Contattare referente tecnico orchestra</li> <li>- Contattare service</li> </ul>
Funzione Logistica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riunione con il <i>Tour Manager</i> della band</li> <li>- Organizzare spostamenti artisti</li> <li>- Ospitalità artisti</li> <li>- Organizzare <i>load in e load out</i></li> <li>- Organizzare camerini</li> <li>- Organizzare punto di ristoro</li> </ul>
Funzione Sicurezza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piano di sicurezza</li> <li>- Elenco persone autorizzate (proveniente da segreteria di produzione)</li> <li>- Badge</li> </ul>

**Tabella 5.4** - *Task* aggiunte automaticamente dal sistema ai vari responsabili di settore durante la fase di creazione di un evento

Per ogni *task* creata, il direttore di produzione può mandare una notifica al diretto interessato per chiedere aggiornamenti o per sollecitarlo nel portare a termine quanto programmato.

All'interno dell'elenco di tutte le *task* è possibile ricercare uno specifico elemento sia mediante casella testuale di ricerca di una particolare parole, sia applicando una serie di filtri per tipologia, per *assegnato a*, per scadenza e/o per *tag*.

Per ogni *task*, inoltre, è possibile avviare una conversazione tramite chat diretta con tutti gli utenti connessi a questo oggetto. Ogni conversazione avviata viene identificata tramite un *#tag* contenete l'*abbreviazione* della *task* stessa. Ad esempio, se la funzione sicurezza vuole avviare una conversazione con altri membri per parlare della *task* "stampa badge", la chat sarà identificata dal *tag* #stampabadge.

### 5.3.5 Funzionalità

Nelle tabelle proposte di seguito sono riportate le funzionalità dettagliate suddivise per tipologia di utente.

#### 5.3.5.1 Direttore di Produzione

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Accesso	Login	Accesso alla homepage
Registrazione	Registrazione - passo 1	Inserimento della chiave ottenuta acquistando la licenza di utilizzo.
	Registrazione - passo 2	Inserimento dei dati relativi all'account: email e password
	Registrazione - passo 3	Inserimento dei propri dati anagrafici: nome, cognome, sesso, indirizzo, città, numero di telefono
Homepage	Visualizzazione di tutti gli eventi disponibili	Il direttore di produzione visualizza tutti gli eventi in programma e può accedervi cliccando semplicemente su uno di essi.
	Creazione di un nuovo evento	Tramite questo pulsante, il direttore di produzione ha la possibilità di avviare la procedura di creazione di un nuovo evento.
	Visualizzazione del prossimo appuntamento in agenda	Visualizzazione del primo evento in programma nell'agenda nella giornata odierna o nelle giornate successive, se non presenti appuntamenti nella giornata stessa
	Posta	È possibile accedere alla posta contenente tutti i messaggi non filtrati relativi a tutti gli eventi in programma.
	Notifiche	Quando si riceve una notifica, l'icona delle notifiche si illumina. Cliccando su di essa, l'utente accede alla sezione <i>notifiche</i> .
	La mia rubrica	Accesso alla rubrica personale dove sono presenti tutti i contatti memorizzati. È possibile aggiungere un nuovo contatto, modificarlo, condividerlo o rimuoverlo.

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Impostazioni	Visualizzazione informazioni personali	Verranno visualizzate tutte le informazioni che l'utente ha inserito nella fase di registrazione.
	Upload immagine del profilo	Si ha la possibilità di modificare l'immagine del profilo
	Pannello di controllo account del team	Il direttore di produzione avrà a disposizione una cabina di controllo di tutti gli account associati alla sua azienda. Nello specifico, come un amministratore di un dominio, in questa sezione potrà creare e gestire i membri del team
	Gestisci richieste nuovi utenti	Il direttore di produzione può accettare o rifiutare la richiesta di creazione di un nuovo utente pervenuta da uno dei responsabili di funzione
Dashboard evento x	Info evento	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti l'evento selezionato
	Venue	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti la <i>venue</i> relativa all'evento selezionato
	Visualizzazione dei successivi 3 appuntamenti in agenda	Visualizzazione dei primi 3 eventi in programma nell'agenda in data odierna o successiva
	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> da portare a termine	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> più urgenti da portare a termine, con le relative info
	Lista membri del team relativi all'evento x	Lista di membri del team suddivisi per funzione. Si ha la possibilità di visualizzare lo stato dell'avanzamento dei lavori della singola funzione.
	Gestisci evento	Il direttore di produzione può modificare alcune informazioni relative all'evento selezionato
Task	Elenco delle proprie <i>task</i>	L'utente può accedere all'elenco di tutte le <i>task</i> assegnate alla propria funzione
	Aggiungi nuova <i>task</i>	Il direttore di produzione può creare una nuova <i>task</i> , assegnandola ad una specifica funzione e ad un utente
	Gestisci le tue <i>task</i>	L'utente può gestire tutte le <i>task</i> assegnate alla propria funzione
	Notifica <i>push</i> all'utente	Nel caso in cui dovesse riscontrarsi un ritardo nella consegna di una <i>task</i> , il direttore di produzione può inoltrare una notifica <i>push</i> per avvertire il responsabile della <i>task</i> del ritardo

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Agenda	Diagramma di Gantt	Visualizza il diagramma di Gantt inerente a tutto il progetto evento. L'utente può filtrare la visualizzazione per funzione.
	Calendario	Consulta il calendario contenente riunioni e appuntamenti. È possibile integrare il proprio Google Calendar.
	Aggiungi nuovo appuntamento	L'utente può aggiungere un appuntamento al suo calendario personale.
Materiale	Visualizza e scarica	Gli utenti potranno visualizzare e/o scaricare il materiale didattico caricato sulla piattaforma.
	Carica materiale	Ogni utente avrà la possibilità di caricare dei file sulla piattaforma
	Carica link condiviso	È possibile caricare anche dei materiali presenti su Google Drive. L'utente ha la possibilità di creare un oggetto virtuale che rimanda al documento condiviso
Chat	Crea nuova conversazione	L'utente può avviare una nuova conversazione con uno o più membri del proprio team o di un altro team. Ogni conversazione viene catalogata sotto un <i>tag</i> inerente all'argomento di discussione.
	Trova conversazione	L'utente può filtrare tutte le conversazioni per <i>tag</i> , per <i>utente</i> , per <i>funzione</i> o per una specifica parola, al fine di recuperare le informazioni nella maniera più efficiente possibile
Gestisci il tuo team	Aggiungi membro	Il responsabile della funzione può aggiungere un nuovo membro al suo gruppo di lavoro.
	Modifica il tuo team	Il responsabile della funzione può modificare l'elenco dei membri del suo gruppo di lavoro.

**Tabella 5.5** - Funzionalità dettagliate relative al profilo utente *direttore di produzione*

### 5.3.5.2 Responsabile di Funzione

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Accesso	Login	Accesso alla homepage
Registrazione	Registrazione - passo 1	Inserimento dei dati relativi all'account: email e password
	Registrazione - passo 2	Inserimento dei propri dati anagrafici: nome, cognome, sesso, indirizzo, città, numeri di telefono
	Registrazione - passo 3	Inserimento settore di appartenenza e direttore di produzione. Invio richieste di attivazione account al direttore di produzione
Homepage	Visualizzazione di tutti gli eventi disponibili	Il responsabile di settore ha a disposizione tutti gli eventi dove ricopre un ruolo. Può accedervi cliccando semplicemente su uno di essi.
	Visualizzazione del prossimo appuntamento in agenda	Visualizzazione del primo evento in programma nell'agenda nella giornata odierna o nelle giornate successive, se non presenti appuntamenti nella giornata stessa
	Posta	È possibile accedere alla posta contenente tutti i messaggi non filtrati relativi a tutti gli eventi in programma di cui si fa parte.
	Notifiche	Quando si riceve una notifica, l'icona delle notifiche si illumina. Cliccando su di essa, l'utente accede alla sezione <i>notifiche</i> .
	La mia rubrica	Accesso alla rubrica personale dove sono presenti tutti i contatti memorizzati. È possibile aggiungere un nuovo contatto, modificarlo, condividerlo o rimuoverlo.
Impostazioni	Visualizzazione informazioni personali	Verranno visualizzate tutte le informazioni che l'utente ha inserito nella fase di registrazione.
	Upload immagine del profilo	Si ha la possibilità di modificare l'immagine del profilo
	Crea un nuovo utente	Il responsabile di una funzione può creare un utente del suo sottogruppo di lavoro. Il tutto viene mandato in approvazione al direttore di produzione, il quale può convalidare o meno l'account creato

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Dashboard evento x	Info evento	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti l'evento selezionato
	Venue	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti la <i>venue</i> relativa all'evento selezionato
	Visualizzazione dei successivi 3 appuntamenti in agenda	Visualizzazione dei primi 3 eventi in programma nell'agenda in data odierna o successiva
	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> da portare a termine	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> più urgenti da portare a termine, con le relative info
	Lista membri del sottogruppo relativi all'evento x	Lista di membri del proprio team. Il responsabile può visualizzare lo <i>status</i> delle varie <i>task</i> assegnate ad ogni membro del sottogruppo
Task	Elenco delle proprie task	L'utente può accedere all'elenco di tutte le task assegnate alla propria funzione
	Aggiungi nuova <i>task</i>	Il responsabile può creare una nuova <i>task</i> , assegnandola ad uno specifico utente. La convalida passa al direttore di produzione
	Gestisci le tue <i>task</i>	L'utente può gestire tutte le task assegnate alla propria funzione
	Notifica <i>push</i> all'utente	Nel caso in cui dovesse riscontrarsi un ritardo nella consegna di una <i>task</i> , il responsabile può inoltrare una notifica <i>push</i> per avvertire l'utente della <i>task</i> del ritardo
Agenda	Diagramma di Gantt	Visualizza il diagramma di Gantt inerente ai compiti da portare a termine nella propria funzione
	Calendario	Consulta il calendario contenente riunioni e appuntamenti. È possibile integrare il proprio Google Calendar.
	Aggiungi nuovo appuntamento	L'utente può aggiungere un appuntamento al suo calendario personale.
Materiale	Visualizza e scarica	Gli utenti potranno visualizzare e/o scaricare il materiale didattico caricato sulla piattaforma.
	Carica materiale	Ogni utente avrà la possibilità di caricare dei file sulla piattaforma

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
	Carica link condiviso	È possibile caricare anche dei materiali presenti su Google Drive. L'utente ha la possibilità di creare un oggetto virtuale che rimanda al documento condiviso
Chat	Crea nuova conversazione	L'utente può avviare una nuova conversazione con uno o più membri del proprio team o di un altro team. Ogni conversazione viene catalogata sotto un <i>tag</i> inerente all'argomento di discussione.
	Trova conversazione	L'utente può filtrare tutte le conversazioni per <i>tag</i> , per <i>utente</i> , per <i>funzione</i> o per una specifica parola, al fine di recuperare le informazioni nella maniera più efficiente possibile
Gestisci il tuo team	Aggiungi membro	Il responsabile della funzione può aggiungere un nuovo membro al suo gruppo di lavoro.
	Modifica il tuo team	Il responsabile della funzione può modificare l'elenco dei membri del suo gruppo di lavoro.

**Tabella 5.6** - Funzionalità dettagliate relative al profilo utente di un *responsabile di funzione*

### 5.3.5.3 Utente Terzo

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Accesso	Login	Accesso alla homepage
Homepage	Visualizzazione di tutti gli eventi disponibili	L'utente terzo ha a disposizione tutti gli eventi dove ricopre un ruolo. Può accedervi cliccando semplicemente su uno di essi.
	Visualizzazione del prossimo appuntamento in agenda	Visualizzazione del primo evento in programma nell'agenda nella giornata odierna o nelle giornate successive, se non presenti appuntamenti nella giornata stessa
	Posta	È possibile accedere alla posta contenente tutti i messaggi non filtrati relativi a tutti gli eventi in programma di cui si fa parte.
	Notifiche	Quando si riceve una notifica, l'icona delle notifiche si illumina. Cliccando su di essa, l'utente accede alla sezione <i>notifiche</i> .
	La mia rubrica	Accesso alla rubrica personale dove sono presenti tutti i contatti memorizzati. È possibile aggiungere un nuovo contatto, modificarlo, condividerlo o rimuoverlo.
Impostazioni	Visualizzazione informazioni personali	Verranno visualizzate tutte le informazioni che l'utente ha inserito nella fase di registrazione.
	Upload immagine del profilo	Si ha la possibilità di modificare l'immagine del profilo
Dashboard evento x	Info evento	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti l'evento selezionato
	Venue	L'utente può accedere a tutte le informazioni riguardanti la <i>venue</i> relativa all'evento selezionato
	Visualizzazione dei successivi 3 appuntamenti in agenda	Visualizzazione dei primi 3 eventi in programma nell'agenda in data odierna o successiva
	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> da portare a termine	Visualizzazione delle 3 <i>task</i> più urgenti da portare a termine, con le relative info
	Elenco utenti del proprio sottogruppo	Lista di membri del proprio sottogruppo. Può solo accedere alle info del contatto.

MACROAREA	FUNZIONALITÀ	DESCRIZIONE
Task	Elenco delle proprie task	L'utente può accedere all'elenco di tutte le task assegnate alla propria funzione
	Gestisci le tue <i>task</i>	L'utente può gestire tutte le task assegnate alla propria funzione
Agenda	Diagramma di Gantt	Visualizza il diagramma di Gantt inerente ai compiti da portare a termine nella propria funzione
	Calendario	Consulta il calendario contenente riunioni e appuntamenti. È possibile integrare il proprio Google Calendar.
	Aggiungi nuovo appuntamento	L'utente può aggiungere un appuntamento al suo calendario personale.
Materiale	Visualizza e scarica	Gli utenti potranno visualizzare e/o scaricare il materiale didattico caricato sulla piattaforma.
	Carica materiale	Ogni utente avrà la possibilità di caricare dei file sulla piattaforma
	Carica link condiviso	È possibile caricare anche dei materiali presenti su Google Drive. L'utente ha la possibilità di creare un oggetto virtuale che rimanda al documento condiviso
Chat	Crea nuova conversazione	L'utente può avviare una nuova conversazione con uno o più membri del proprio sottogruppo o con il responsabile della funzione. Ogni conversazione viene catalogata sotto un <i>tag</i> inerente all'argomento di discussione.
	Trova conversazione	L'utente può filtrare tutte le conversazioni per <i>tag</i> , per <i>utente</i> , per <i>funzione</i> o per una specifica parola, al fine di recuperare le informazioni nella maniera più efficiente possibile

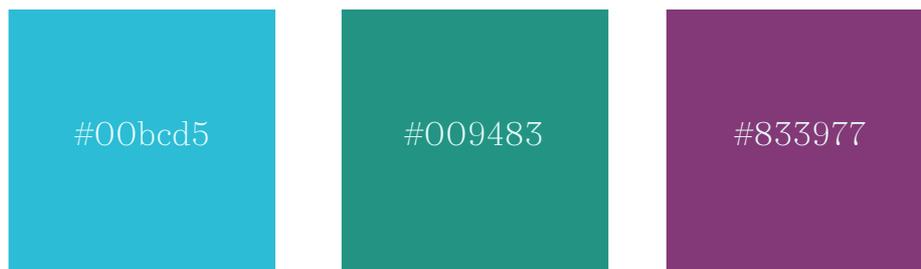
**Tabella 5.7** - Funzionalità dettagliate relative al profilo utente *terzo*

## 5.4 L'interfaccia grafica

L'interfaccia grafica progettata è sviluppata per portare al massimo il concetto di *usability* del prototipo. Per far sì che questo avvenga, si è sceso di inserire tutti gli elementi all'interno di un box di forma quadrata o rettangolare e lavorare con una logica a blocchi. L'idea è scaturita da alcuni elementi esposti durante le varie interviste discusse nel capitolo precedenti e riguardanti il concetto di “*pacchettizzazione*” dei vari elementi.

La scelta del *layout* di base prevede un *header* in alto con tre funzionalità base sempre accessibili in qualsiasi momento: accesso al profilo, messaggi e notifiche. Sulla parte sinistra dello schermo è presente un menù fisso in termini di proporzioni dell'immagine, ma modulare in termini di opzioni. In altre parole, la *sidebar* si andrà a comporre mano a mano che l'utente seleziona le differenti opzioni.

Il linguaggio utilizzato all'interno dell'interfaccia prevede scritte brevi e concise corredate da icone di facile intuizione. Dato che l'utente la maggior parte delle volte lavora in condizioni di stress, la *palette* colori scelta prevede colori morbidi e non pesanti alla vista umana. Nella **Figura 5.8** sono riportati i principali colori utilizzati per la *palette*.



**Figura 5.8** - *Palette* colori scelta per la web-app con relativi codici esadecimali

La metodologia applicata a tutto lo sviluppo e a tutto lo studio dell'interfaccia grafica si basa sulla ripetizioni di simboli e posizioni costanti. Numerosi cicli di interazione tra diversi elementi presentano una *routine* sempre uguale. Più l'utente dovrà imparare processi e meccanismi numerosi, meno renderà e meno sarà produttivo. Per questo motivo, alcuni elementi grafici come, ad esempio, il *Trova*, il *Filtra* o l'*Aggiungi un elemento* si trovano sempre nella medesima posizione e presentano sempre la stessa icona, seppur agiscano in *backend* in punti diversi. È stata scelta di usare questa tecnica per far sì che l'utente apprenda sin dal primo approccio familiarità con lo strumento.

Infine, tutto lo sviluppo del prototipo è stato fatto tenendo sempre a mente la massima esposta dal pioniere della *Interactive Design* Donald Norman nel suo famoso libro “La caffettiera del masochista”:

“Una porta ha l'*affordance* di essere tirata o spinta, a seconda di come è stata progettata; se l'utente può capire in anticipo se tirare o spingere, la porta ha una buona interfaccia.” <sup>[110]</sup>

---

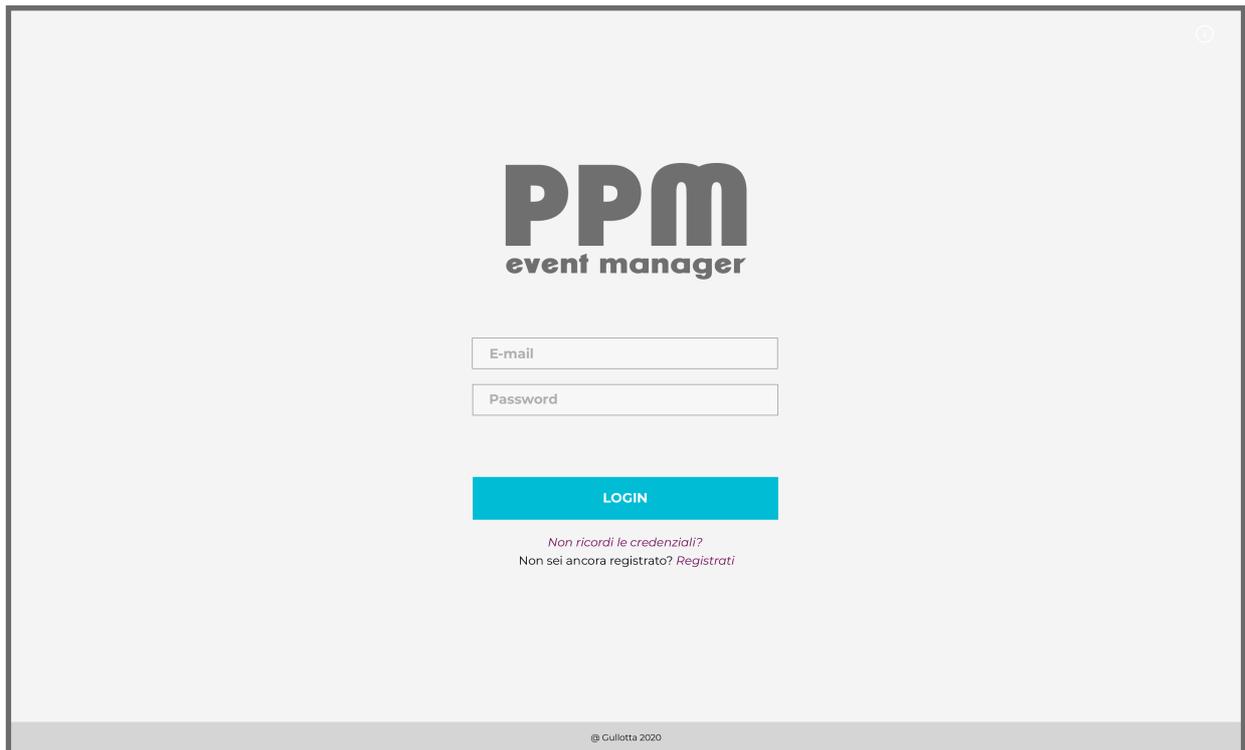
<sup>110</sup> Norman D., “La caffettiera del masochista”, Giunti Editore, 2017

## 5.4.1 Layout e flusso di navigazione

Nel paragrafo si esporranno i diversi layout grafici studiati per ogni singola funzione della web-app con il relativo flusso di navigazione.

### 5.4.1.1 Login

La prima operazione che qualunque utente deve essere riguarda il *Login*. Nella **Figura 5.9** è riportata l'interfaccia grafica della relativa pagina.



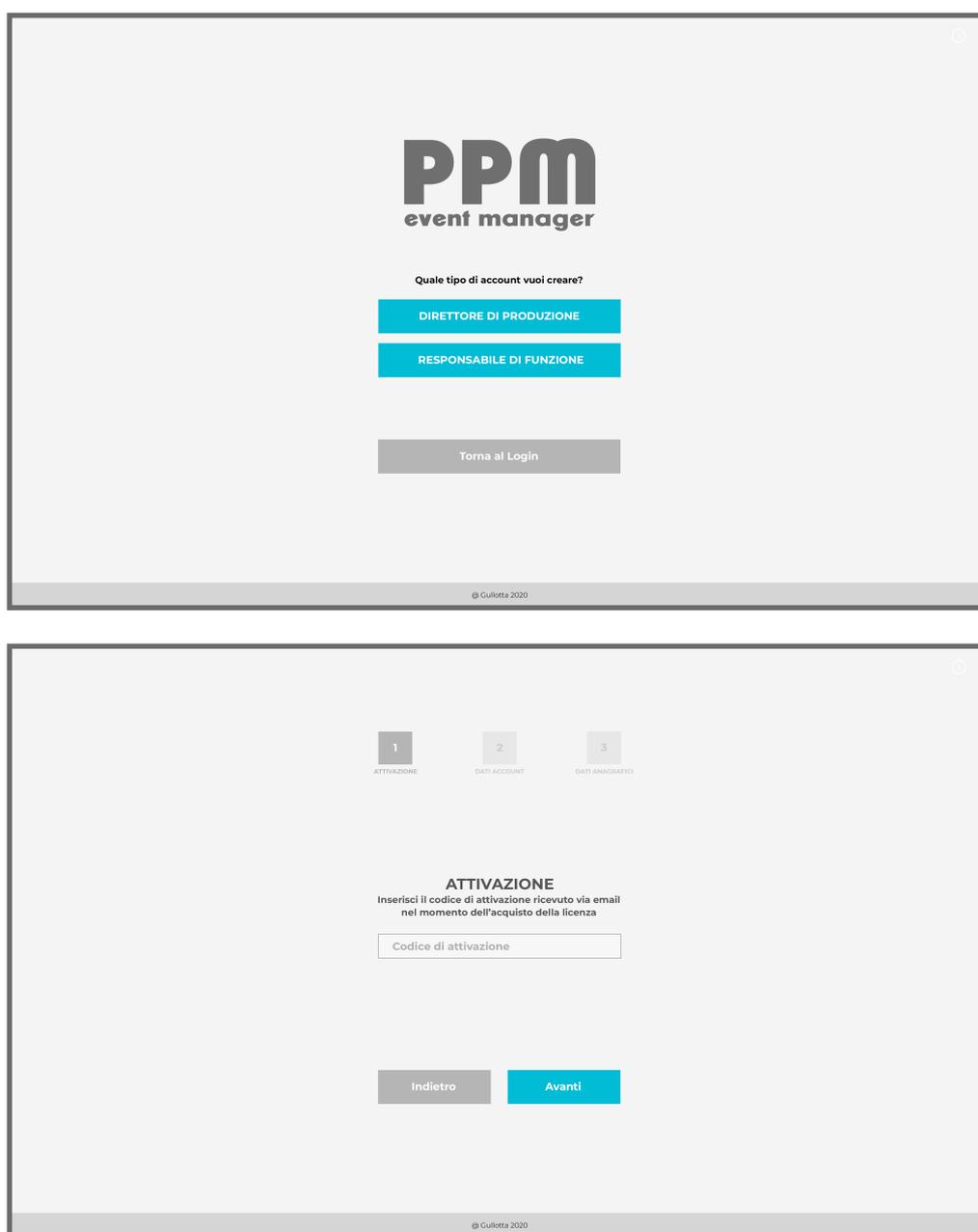
**Figura 5.9** - *Login*

Se l'utente è già iscritto ed è in possesso delle credenziali di accesso, può eseguire il *login* inserendo email e password e cliccando sul pulsante *Login*. Verrà collegato alla *HomePage* del sito.

### 5.4.1.2 Registrazione

Se l'utente non è ancora registrato, dovrà avviare la procedura di registrazione. Per farlo basterà cliccare su *Registrati*. Il flusso di navigazione riguardante la procedura di registrazione prevede una biforcazione: *registrazione direttore di produzione* e *registrazione responsabile di settore*. Un qualsiasi responsabile di settore o utente terzo può tranquillamente avviare la procedura di registrazione, ma dovrà aspettare la convalida del suo account da parte del direttore di produzione prima di poter effettuare il primo accesso.

La scelta della tipologia di utente è selezionabile nel primo *step* della registrazione, definito *step 0*. Successivamente, la registrazione si dirama su due strade. Per il direttore di produzione sarà composta da tre sezioni dove si chiederanno: *codice di attivazione* ottenuto durante l'acquisto della licenza <sup>[11]</sup>, *dati account* e *dati anagrafici*. Mentre per il responsabile di settore le fasi saranno: *dati account*, *dati anagrafici* e *definizione del settore*. In quest'ultima fase è obbligatorio l'inserimento del settore attinente al proprio lavoro e la selezione del direttore di produzione del progetto. Per entrambi gli account è previsto un *popup* finale di *recap* dei dati inseriti al fine di ottenere una doppia convalida. Il flusso è esposto nella **Figura 5.10** e **5.11**.



<sup>[11]</sup> Ho previsto l'acquisto di una licenza per concedere il diritto di utilizzo della piattaforma. In futuro sarà possibile implementare questa funzione.

1 ATTIVAZIONE      2 DATI ACCOUNT      3 DATI ANAGRAFICI

### DATI ACCOUNT

E-mail

Password

Conferma Password

Indietro      Avanti

© Gullotta 2020

---

1 ATTIVAZIONE      2 DATI ACCOUNT      3 DATI ANAGRAFICI

### DATI ANAGRAFICI

Nome

Cognome

Uomo     Donna

Indirizzo

Città

Telefono

Indietro      Avanti

© Gullotta 2020

---

**Riepilogo dei dati inseriti**

**DIRETTORE DI PRODUZIONE**

NOME Mario  
 COGNOME Rossi  
 SESSO M  
 INDIRIZZO Corso Venezia, 54 - Roma  
 CELL. 348 1232456  
 E-MAIL mario.rossi@email.it

LICENZA N.  
 XYZ12345ABC789  
 DEL 02/02/2020

Indietro      Conferma

**Figura 5.10** - Flusso di navigazione per la registrazione di un Direttore di Produzione

# PPM event manager

Quale tipo di account vuoi creare?

DIRETTORE DI PRODUZIONE

RESPONSABILE DI FUNZIONE

Torna al Login

© Gullotta 2020

1 2 3  
DATI ACCOUNT DATI ANAGRAFICI SETTORE DI APPARTENENZA

## DATI ACCOUNT

E-mail

Password

Conferma Password

Indietro

Avanti

© Gullotta 2020

1 2 3  
DATI ACCOUNT DATI ANAGRAFICI SETTORE DI APPARTENENZA

## DATI ANAGRAFICI

Nome

Cognome

Uomo  Donna

Indirizzo

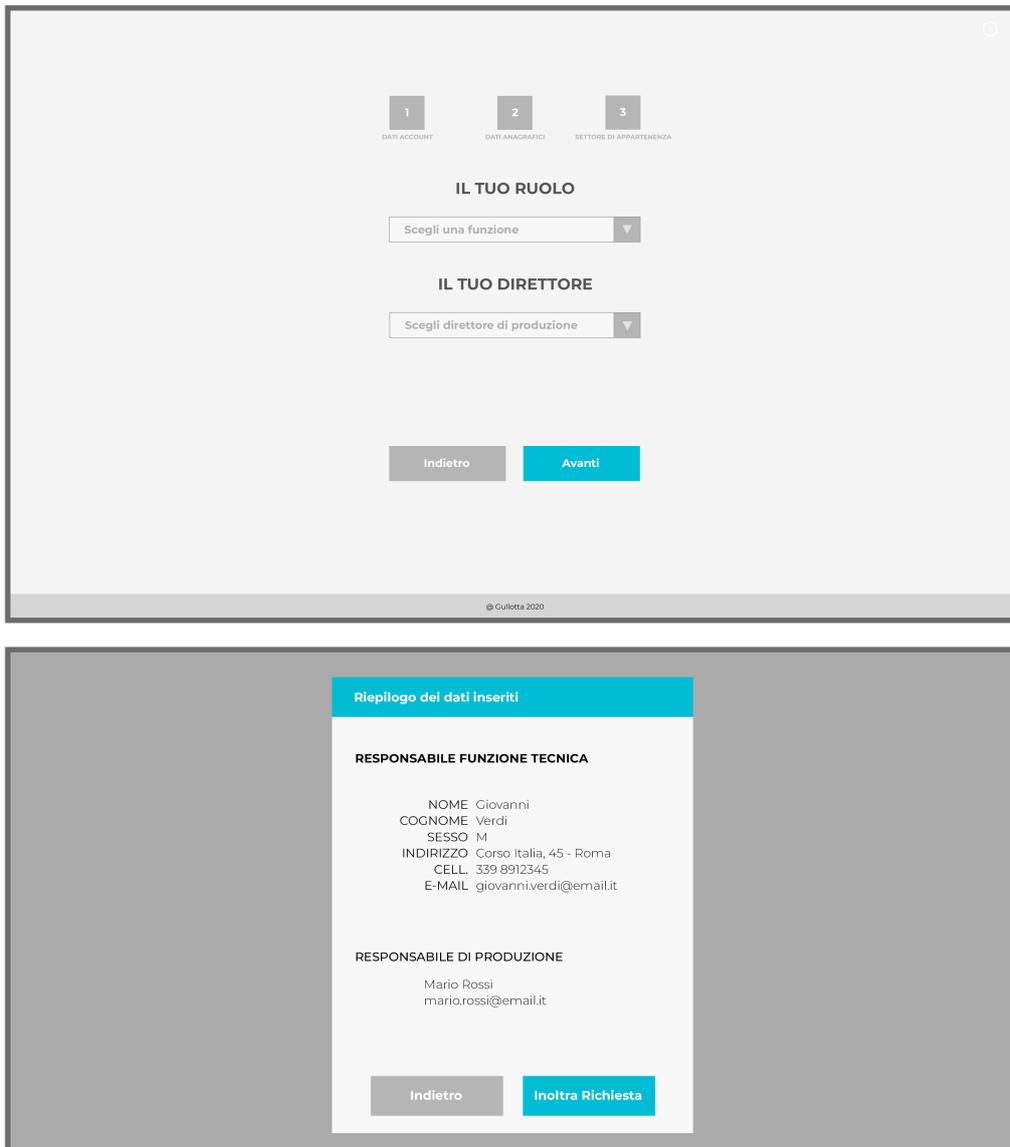
Città

Telefono

Indietro

Avanti

© Gullotta 2020



**Figura 5.11** - Flusso di navigazione per la registrazione di un Responsabile di una funzione

Dopo aver eseguito la registrazione e dopo aver effettuato il *login*, si accede direttamente alla *Homepage* del sito, declinata in base alla tipologia di utente.

### 5.4.1.1 Homepage

La *Homepage* della web-app PPM è presentata nella **Figura 5.12** per la vista utente *Direttore di Produzione* e nella **Figura 5.13** per la vista utente *Responsabile di funzione*. La differenza sostanziale risiede nella presenza della funzione “+ *aggiungi nuovo evento*” previsto solo nella *Homepage* del Direttore di Produzione.

Nella *Homepage* è possibile visualizzare tutti gli eventi inerenti alla propria funziona. Cliccando su uno di essi è possibile accedere alla *dashboard* del relativo evento.



**Figura 5.12** - *Homepage* vista utente Direttore di Produzione

**PROFILO**  
è visualizzato il profilo con il quale si è effettuato il login

**POSTA**  
accedi a tutte le conversazioni relative a tutti gli eventi

**NOTIFICHE**  
accedi all'elenco di tutte le notifiche

**PPM**  
event manager

Bentornato, Giovanni!

La mia rubrica  
Impostazioni  
Esci

**FESTIVAL DELLA VITA**  
18/06/2020  
@ OGR CULT - Sala Duomo

**LANCIO NUOVO CORSO ACCADEMICO**  
28/06/2020  
@ Aula Magna Politecnico

**CONCERTO DI MUSICA ELETTRONICA**  
11/07/2020  
@ Salone Degli Specchi

**IL TUO PROSSIMO APPUNTAMENTO**

**10**  
GIUGNO

**Riunione di produzione**  
ore 10:30  
OGR CULT - Sala Meeting  
TUTTO IL TEAM

**EVENTI**  
eventi disponibili per il tuo account

**PROSSIMO APPUNTAMENTO**  
viene mostrato il prossimo appuntamento presente nella tua agenda indipendentemente dall'evento selezionato

**Figura 5.13** - Homepage vista lato Responsabile di Funzione

#### 5.4.1.4 Creazione nuovo evento

Un direttore di produzione per poter avviare la procedura di creazione di un nuovo evento deve cliccare sul pulsante “+ crea nuovo evento” presente nella propria *Homepage*. Nella Figura 5.14 è riportata la pagina relativa alla funzione creazione di un nuovo evento.

**+ CREA NUOVO EVENTO**

**DETTAGLI EVENTO**  
iter dove inserire i dati relativi al nuovo evento

**BANNER**  
carica una nuova immagine come banner per l'evento

**IL TUO TEAM**  
aggiungi le funzioni al tuo evento e per ognuna di essa nomina un responsabile tra l'elenco presente in memoria o aggiungi un nuovo utente cliccando su “+”

**CONFERMA**  
conferma aggiunta nuovo evento

**Figura 5.14** - Creazione di un nuovo evento

Il Nome, l'Abbreviazione e le Note sono caselle di testo libero. La Tipologia, la Venue, il Cliente e lo Stato presentano *drop-down list* collegate ai relativi elenchi. Le varie date vengono inserite mediante *data-picker*. Gli orari tramite *clock-picker*.

Per ogni funzione de Il Tuo Team è presente una casella di *check-box*. Se spuntata abilita quella funzione e si ha la possibilità di assegnare un utente mediante *drop-down list*.

### 5.4.1.5 Dashboard

Per accedere alla *dashboard* di un qualsiasi evento in programma basterà cliccare sul box dell'evento stesso presente nella *Homepage*. Nella **Figura 5.15** e **5.16** sono riportate le interfacce grafiche inerente alle due diverse tipologie di *dashboard*.

**FESTIVAL DELLA VITA**  
18/06/2020  
@ OGR CULT - Sala Duomo

**BOX INFORMATIVI**  
vengono riportate le informazioni principali dell'evento selezionato

**SCELTA RAPIDA EVENTI**  
*drop-down list* per spostarsi rapidamente tra gli eventi

**PROSSIMI 3 APPUNTAMENTI**  
box contenente i successivi 3 appuntamenti ordinati cronologicamente

**PROSSIME 3 TASK**  
box contenente le successive 3 task da eseguire ordinate per scadenza

**AVVIA CONVERSAZIONE**  
avvia una conversazione avente come tag il nome della task e come destinatari tutti gli utenti coinvolti

**MODIFICA**  
modifica i dati della task

**COMPLETATA**  
modifica lo status della task in completata e inoltra le notifiche

INFORMAZIONI	VENUE	COMMITTENTE	NOTE
<b>Festival della Vita</b> TIPOLOGIA CONFERENZA ALLESTIMENTO 18/06/2020 09.00 - 18.00 DATA EVENTO 19/06/2020 10.00 - 17.00 DISALLESTIMENTO 20/06/2020 09.00 - 18.00	<b>OGR CULT - Sala Duomo</b> INDIRIZZO Corso Castellidardo, 22 - TORINO CELL. RESP. Federica +39 348 1234567 E-MAIL info@ogrtorino.it NOTE Chiamare orario ufficio	<b>Filippo Verdi</b> AZIENDA PINCO PALLINO S.R.L. CELL. +39 347 654321 E-MAIL f.verdi@pincopallino.it NOTE Chiamare orario ufficio	In questo spazio si possono riportare una serie di annotazioni utili al responsabile

AGENDA	TASK #ManualeOperativo
<b>10 GIUGNO</b> <b>Riunione di produzione</b> ore 10:30 OGR CULT - Sala Meeting TUTTO IL TEAM	Aggiornare il costo dei singoli biglietti nella sezione BIGLIETTERIA Entro il 22/06/2020 IN LAVORAZIONE
<b>11 GIUGNO</b> <b>Allineamento tecnico</b> ore 15:00 Ufficio SERVICE S.R.L. Dir. Prod. + Tecnica	<b>TASK #Contratti</b> Firmare contratto con responsabile venue per confermare Entro il 24/06/2020 IN LAVORAZIONE
<b>11 GIUGNO</b> <b>Secondo sopralluogo</b> ore 17:00 OGR CULT - Sala Duomo Dir. Prod. + Segreteria + Tecnica + Logistica	<b>TASK #Budget</b> Fissare riunione con amministrazione per revisione del budget della funzione tecnica Entro il 25/06/2020 NON PARTITO

**Figura 5.15** - *Dashboard* di un evento con vista Direttore di Produzione

**Figura 5.16** - Dashboard di un evento con vista Responsabile Tecnico

#### 5.4.1.6 Header

L'header fissato in alto presenta i seguenti collegamenti rapidi:



#### BOX ACCOUNT

In questo spazio si visualizzano le informazioni in breve relative all'account con il quale si è effettuato il login. È previsto un menu a tendina per delle azioni rapide, quali IMPOSTAZIONI e LOGOUT. Per sviluppi futuri si può prevedere di integrare una sorta di *status* per verificare se l'utente è online o meno.



#### POSTA

Collegamenti rapidi con la sezione *posta*. Il collegamento presente nell'header permette l'accesso a tutta la posta disponibile, senza nessun filtro pre-impostato.

La seconda icona compare quando sono presenti nuovi messaggi.



#### NOTIFICA

Collegamenti rapidi con la funzione *notifiche*.

La seconda icona compare quando sono presenti nuove notifiche.

### 5.4.1.7 Sidebar

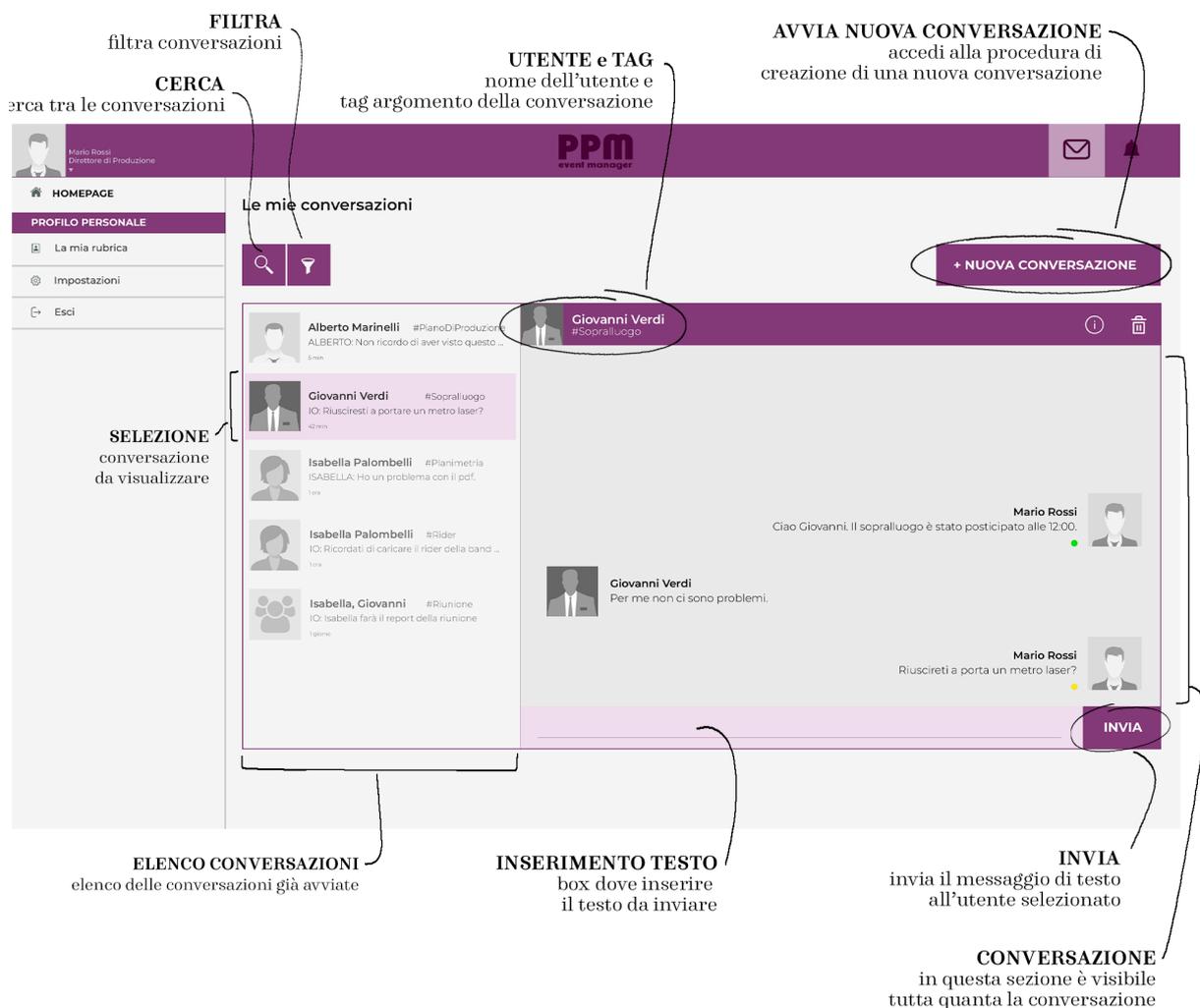
L'elemento modulare specifico per evento e per utente è la *sidebar*. In base alla tipologia di account con il quale si è effettuato l'accesso e in base all'evento selezionato, saranno presenti più o meno funzionalità e *link* diretti a sezioni. Nella **Figura 5.17** vengono riportate le *sidebar* relative alle due tipologie di account.



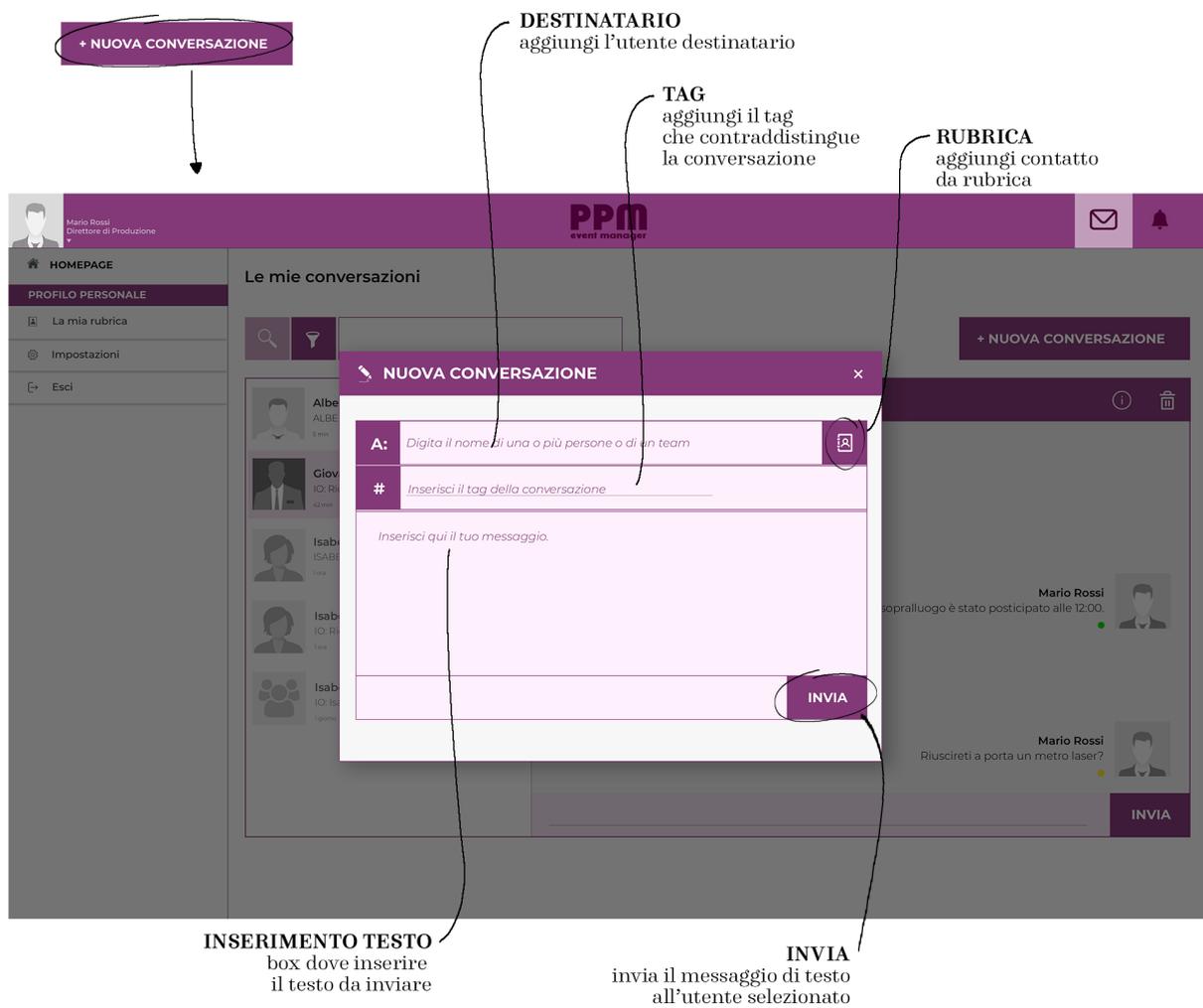
**Figura 5.17** - A sinistra la *sidebar* relativa al Direttore di Produzione. A destra quella relativa al Responsabile di Funzione.

### 5.4.1.8 Posta

La funzione *posta* permette di tenere sotto controllo tutte le conversazioni che avvengono con il team di produzione. Si può accedere alla funzione mediante due appositi link: *icona posta* presente nell'header e *icona chat* presente nella *sidebar*. Accedendo con la prima si visualizzeranno tutte quante le conversazioni riferite a tutti gli eventi. Accedendo con *chat* presente nella *sidebar*, invece, si accederà alla sezione eseguendo un pre-filtraggio. In altre parole, ci permette di accedere alle sole conversazioni inerenti all'evento selezionato. La funzione è in comune con tutte le tipologie di utente. Nella **Figura 5.18** è riportato il layout grafico della funzione *Posta*. Nella figura 5.19 è riportato il flusso di navigazione per avviare una nuova conversazione



**Figura 5.18** - Funzione *Posta*



**Figura 5.19** - Procedura per avviare una nuova conversazione

### 5.4.1.9 Notifiche

La funzione *notifiche* racchiude tutte gli aggiornamenti di stato relativi all'avanzamento dei lavori del proprio team di produzione. Si accede mediante apposito pulsante posizionato nell'*header*. Nella **Figura 5.20** si riporta il prototipo inerente al funzionamento della funzione *notifiche*. La funzione è condivisa sia dal Direttore di Produzione che dal Responsabile di Funzione.

**CARICAMENTO MATERIALE**  
aggiornamento relativo ad un nuovo caricamento presente nella sezione "Materiale"

**TASK**  
ricevi una notifica quando una task creata da te e assegnata a terzi viene accettata

Avatar	Nome	Funzione	Descrizione	Azioni
	Barbara Palombelli	Segreteria di Produzione	ha appena caricato un nuovo file nel materiale chiamato "planimetria_1.pdf"	X
	Giovanni Verdi	Responsabile Funzione Tecnica	ha accettato la task CAPITOLATO TECNICO	X
	Barbara Palombelli	Segreteria di Produzione	ha appena completato la task UPLOAD PLANIMETRIA	VERIFICA
	Ernesto Celestini	Trasporti	ti ha mandato una richiesta di iscrizione	LEGGI ACCETTA RIFIUTA
	Massimo Zampa	Responsabile Sicurezza	ha inserito una task STAMPA BADGE	LEGGI ACCETTA RIFIUTA

**TASK**  
ricevi una notifica quando una task creata da te e assegnata a terzi viene completata

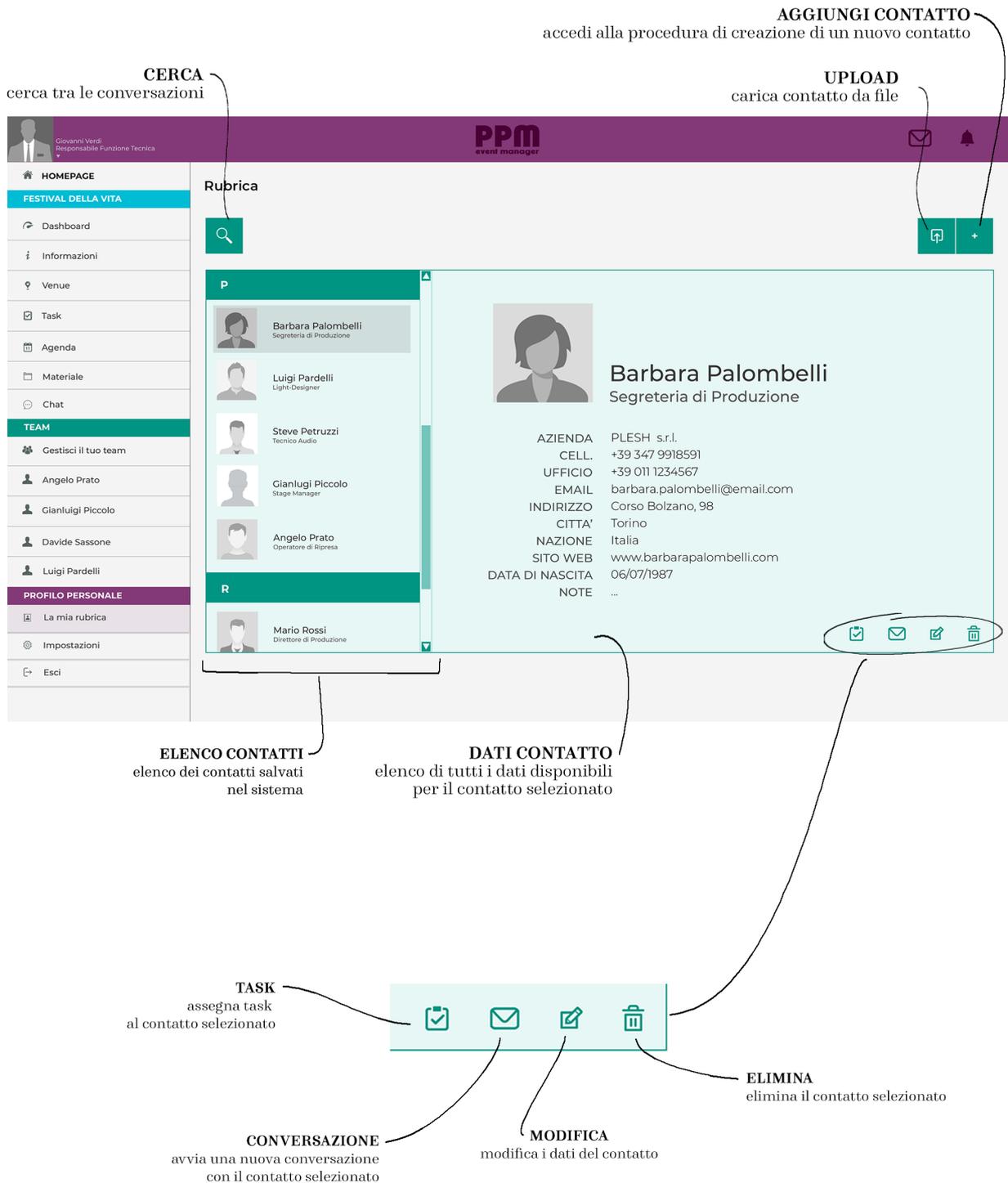
**TASK**  
ricevi una notifica quando una task ti viene assegnata

**ACCETTA ISCRITTI**  
sei sei un direttore di produzione ricevi una notifica quando un utente richiede di iscriversi

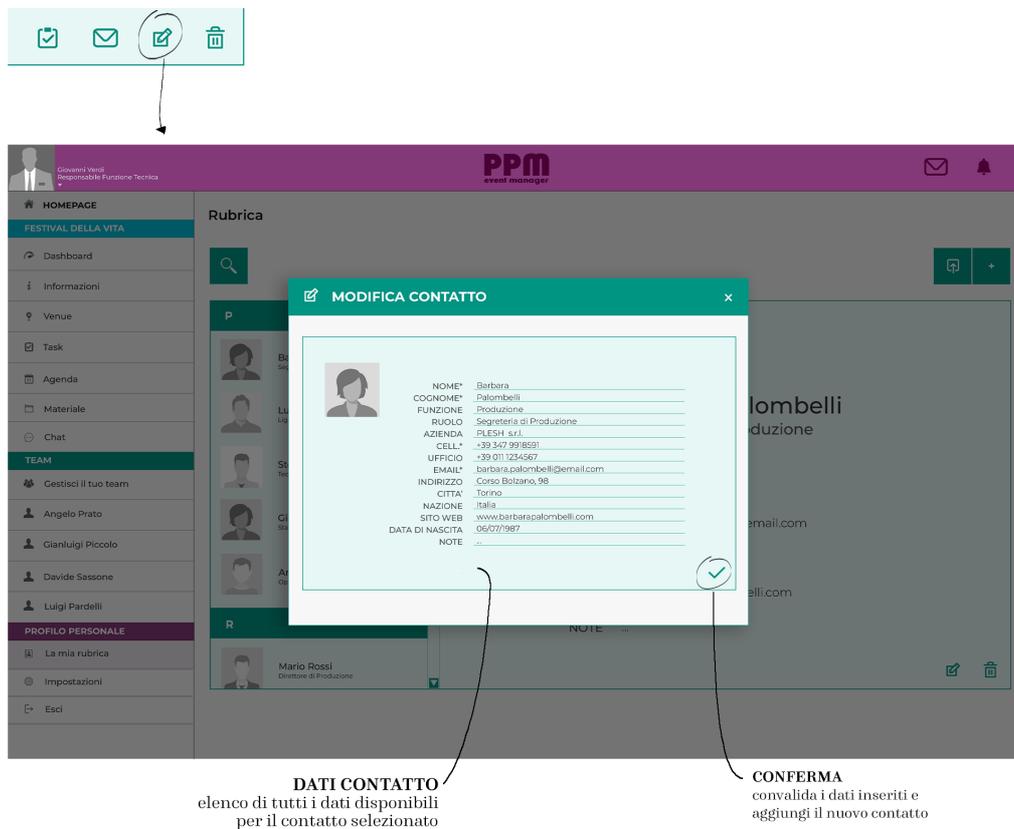
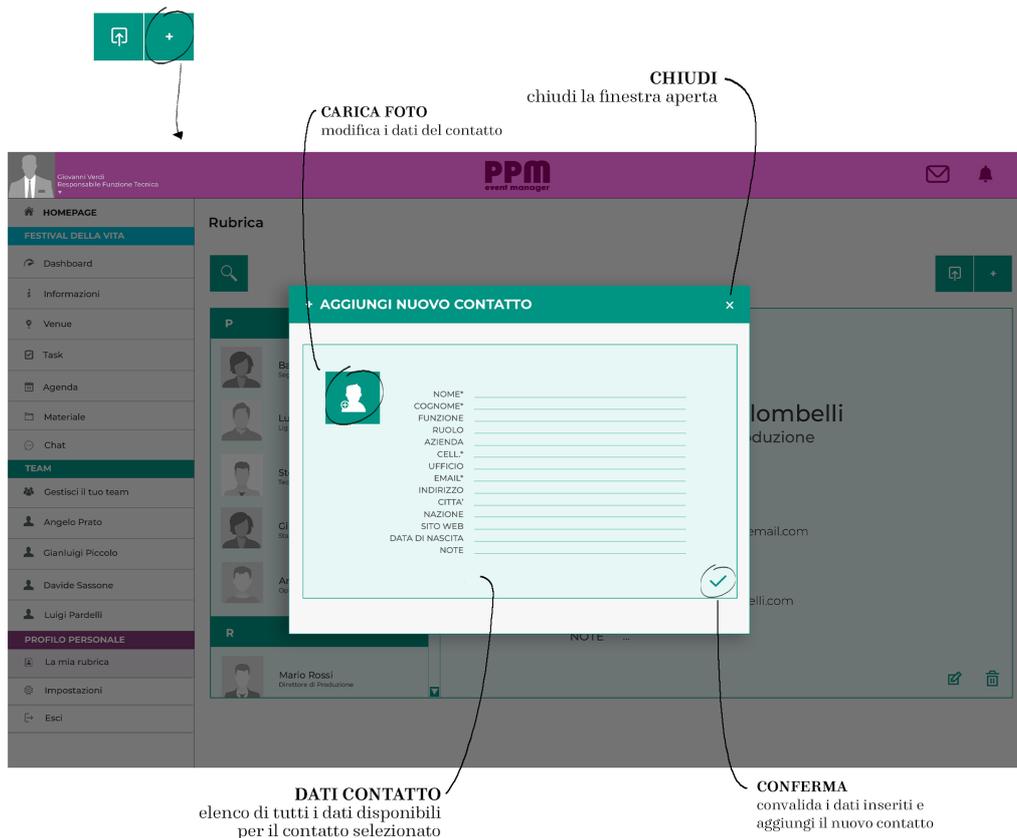
**Figura 5.20** - Funzione *Notifiche*

### 5.4.1.10 Rubrica

Un utile *tool* di supporto durante le varie fasi di lavoro risiede nella *Rubrica*. In essa si possono salvare i principali contatti utente al fine di richiamarli in caso di necessità nelle varie funzioni. Nella **Figura 5.21** si riporta il layout della funzione *Rubrica*. Nella **Figura 5.22** si riporta il flusso di operazioni relativo alla creazione e alla modifica di un contatto presente in *Rubrica*.



**Figura 5.21 - La Mia Rubrica**



**Figura 5.22** - Iter delle operazioni da eseguire per aggiungere e modificare un contatto presente all'interno de *La Mia Rubrica*

### 5.4.1.11 Impostazioni

Nella pagina *Impostazioni* è possibile cambiare o aggiornare i propri dati e gestire gli utenti legati al proprio account. Inoltre, il direttore di produzione ha la funzione aggiuntiva inerente alla creazione di nuovi account utenti ed ha la possibilità di approvare le richieste di account provenienti dall'esterno. Nella **Figura 5.23 e 5.24** sono riportati i layout grafici della tab *Impostazioni* con i relativi comandi di base declinata nelle due differenti tipologie di utente. Nella **Figura 5.25** è riportato un esempio di richiesta di aggiunta nuovo utente.

**I TUOI DATI**  
riepilogo dei dati del tuo account

**MODIFICA**  
modifica i tuoi dati

**AGGIUNGI UTENTE**  
accedi alla procedura di creazione di un nuovo account utente

**I TUOI DATI**

Mario Rossi  
Direttore di Produzione

AZIENDA PLESH s.r.l.  
CELL. +39 348 1232456  
UFFICIO +39 02 1234567  
EMAIL mario.rossi@email.com  
INDIRIZZO Corso Italia, 45  
CITTA' Roma  
NAZIONE Italia  
SITO WEB www.rossimanagement.com  
DATA DI NASCITA 22/02/1984  
NOTE ...

**UTENTI CREATI**

Barbara Palombelli  
Segreteria di Produzione

Steve Petruzzi  
Tecnico Audio

Giovanni Verdi  
Responsabile Funzione Tecnica

**LA TUA LICENZA**

LICENZA N. XYZ12345ABC789  
DEL 02/02/2020

**RICHIESTE DI APPROVAZIONE ACCOUNT**

Manuela Elios  
Responsabile Catering

**LICENZA**  
dati inerenti allo stato della licenza legata all'account

**RICHIESTE ACCOUNT**  
elenco di tutti gli utenti in attesa di approvazione

**MODIFICA**  
modifica i dati dell'utente

**ACCETTA**  
accetta la richiesta

**RIFIUTA**  
rifiuta l'utente selezionato

**Figura 5.23** - Tab *Impostazioni* per l'utente Direttore di Produzione

**I TUOI DATI**  
riepilogo dei dati del tuo account

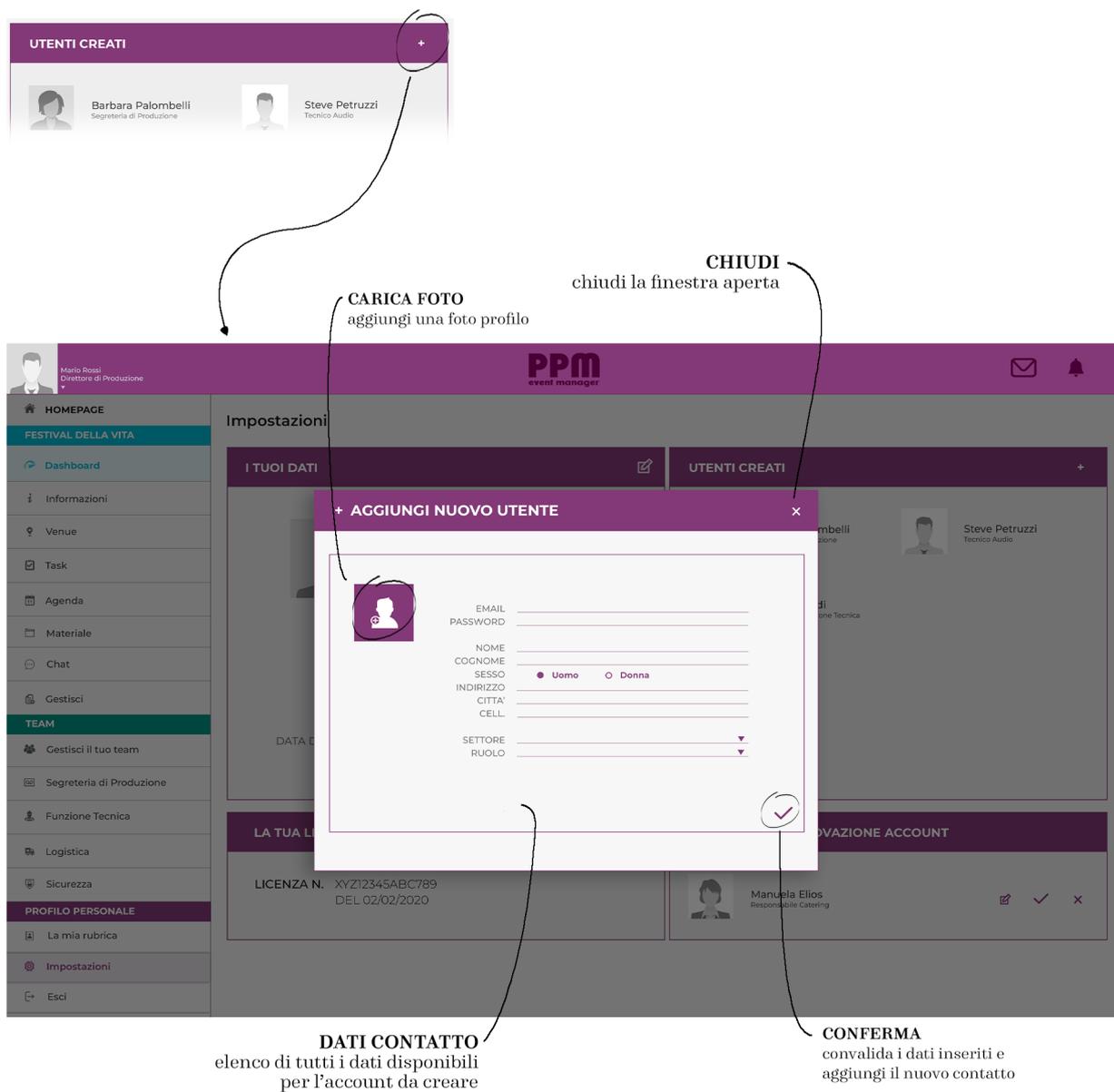
**MODIFICA**  
modifica i tuoi dati

**AGGIUNGI UTENTE**  
accedi alla procedura di richiesta di un nuovo account utente

**RICHIESTE ACCOUNT**  
elenco di tutti gli utenti di cui tu hai fatto richiesta di accettazione

**ANNULLA**  
annulla la richiesta di approvazione account

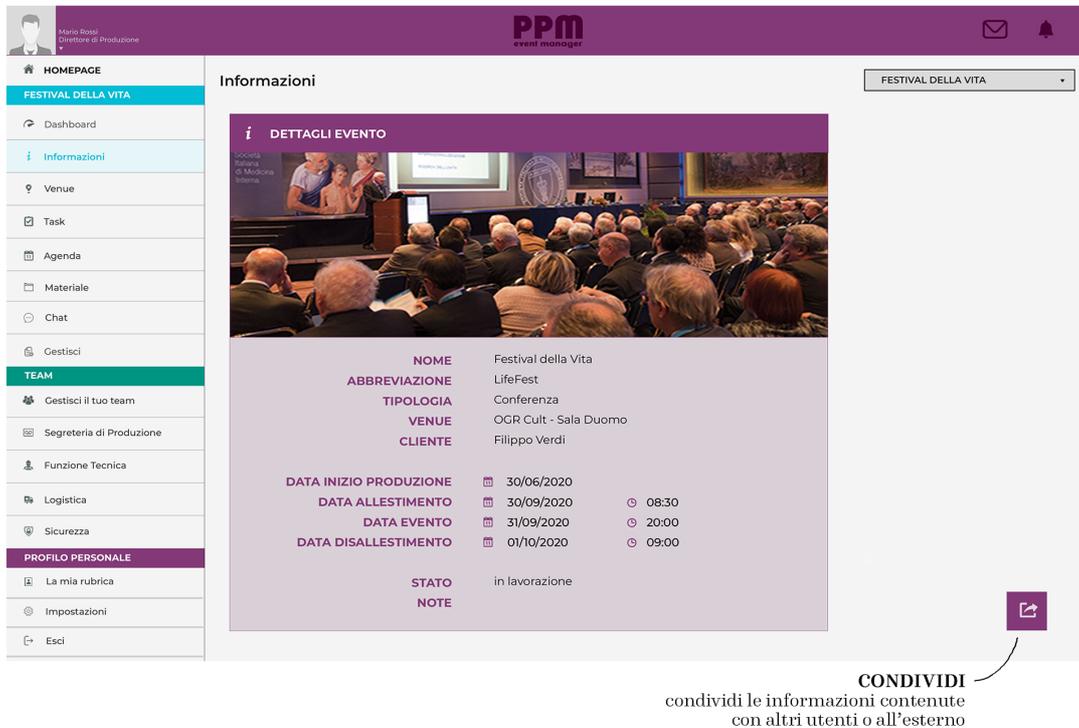
**Figura 5.24** - Tab *Impostazioni* per l'utente Responsabile di Funzione



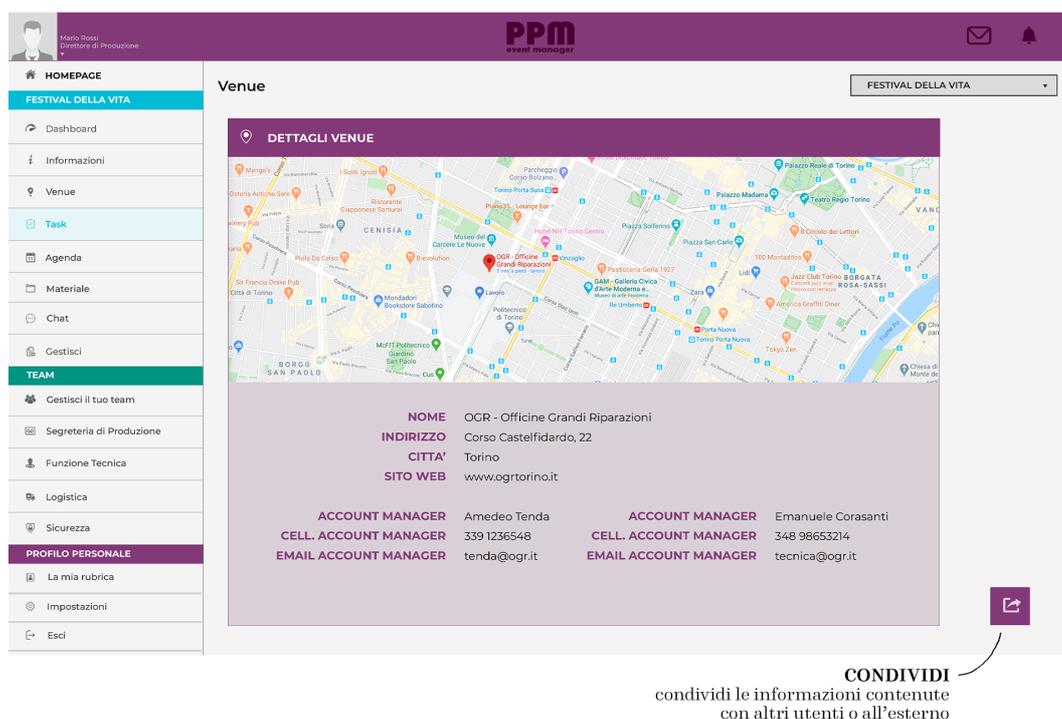
**Figura 5.25** - Aggiunta nuovo utente nella *Tab Impostazioni* da parte del Direttore di Produzione. Lo stesso procedimento sarà disponibile anche per l'utente Responsabile di Funzione ma con un'unica differenza: al posto del tasto "conferma" ci sarà il tasto "richiedi"

### 5.4.1.12 Informazioni e Venue

Le informazioni più importanti da condividere con tutti i membri di un progetto “evento” si possono ritrovare nelle sezioni della sidebar chiamate *Informazioni* e *Venue*. Nelle **Figure 5.26** e **5.27** sono riportati i rispetti layout. In queste pagine non sono previste interazioni o modifiche dirette. È previsto solo un apposito pulsante per condividere il contenuto.



**Figura 5.26** - Tab *Informazioni* della Dashboard



**Figura 5.27** - Tab *Venue* della Dashboard

### 5.4.1.13 Task

La funzione *task* è tra le più importanti funzionalità del prototipo. Il suo funzionamento è molto semplice. Una *task* è un oggetto contenente un compito da portare a termine. L'utente ha a disposizione una tabella con tutte le *task* assegnate alla sua funzione. Ha la possibilità di ordinarle come preferisce, sia per data di scadenza che per argomento. Quando una *task* viene completata, una notifica compare nell'apposita sezione al direttore di produzione e agli eventuali altri utenti inseriti nella casella *aggiorna*. Di seguito, nella **Figura 5.28** è riportato il *Pannello di Controllo Task*. La differenza tra la visualizzazione Direttore di Produzione e Responsabile di Settore risiede nel filtraggio: il primo accede a tutte le *task* di tutte le funzioni, il secondo può accedere solo ed esclusivamente alle *task* della sua funzione.



**Figura 5.28** - *Pannello di Controllo Task* visto da Direttore di Produzione

**+ AGGIUNGI TASK**

**CHIUDI**  
chiudi la finestra aperta

**+ AGGIUNGI NUOVA TASK**

**DATI TASK**  
elenco di tutti i dati utili al fine di portare a termina la task

**CONFERMA**  
convalida i dati inseriti e aggiungi il nuovo contatto

**PPM**  
event manager

Mario Rossi  
Direttore di Produzione

**HOME PAGE**

**FESTIVAL DELLA VITA**

Dashboard  
Informazioni  
Venue  
Task  
Agenda  
Materiale  
Chat  
Gestisci

**TEAM**

Gestisci il tuo team  
Segreteria di Produzione  
Funzione Tecnica  
Logistica  
Sicurezza

**PROFILO PERSONALE**

La mia rubrica  
Impostazioni  
Esci

**Pannello di controllo Task**

FESTIVAL DELLA VITA

+ AGGIUNGI TASK

ID	ABBREVIAZIONE	FUNZIONE	RESPONSABILE DELLA TASK	ARGOMENTO	INFORMAZIONI	STATUS			
205	Mar					In Lavorazione	✉	📄	✓
206	Com					In Lavorazione	✉	📄	✓
207	Bud					Non Partito	✉	📄	✓
208	Cap					In Lavorazione	✉	📄	✓
209	Plan					In Lavorazione	✉	📄	✓
210	Ride					Non Partito	✉	📄	✓
211	Load					In Lavorazione	✉	📄	✓
212	Tras					In Lavorazione	✉	📄	✓
213	Hote					Non Partito	✉	📄	✓
214	HoteRelatore2	Logistica	Ospitalita		18/06/2020	Non Partito	✉	📄	✓
215	BigliettoTrenoRelatore1	Logistica	Responsabile Logistica		21/06/2020	Non Partito	✉	📄	✓

**Figura 5.29** - Workflow di aggiunta di una nuova task all'interno del Pannello di Controllo Task visto da Direttore di Produzione

#### 5.4.1.14 Diagramma di Gantt

È possibile accedere al Diagramma di Gantt generato automaticamente dal sistema e inerente a tutte le *task* da eseguire tramite il *Pannello di Controllo Task*. Anche in questo caso sono previste due tipologie di visualizzazione. Il direttore di produzione visualizzerà tutte le *task* dell'evento. Il responsabile di funzione visualizzerà solo ed esclusivamente quelle inerenti al suo reparto di produzione. Nella **Figura 5.30** è illustrato il flusso di navigazione per il diagramma di Gantt.

The screenshot shows the PPM event manager interface. The top navigation bar is purple and contains the user profile (Mario Rossi, Direttore di Produzione), the PPM logo, and notification icons. The sidebar menu on the left lists various sections: HOMEPAGE, FESTIVAL DELLA VITA (with sub-items: Dashboard, Informazioni, Venue, Task, Agenda, Materiale, Chat, Gestisci), TEAM (with sub-items: Gestisci il tuo team, Segreteria di Produzione, Funzione Tecnica, Logistica, Sicurezza), and PROFILO PERSONALE (with sub-items: La mia rubrica, Impostazioni, Esci). The main content area is titled 'Diagramma di Gantt' and features a search icon and a filter icon. Below these is a Gantt chart with a grid showing tasks from day 4 to 30. The tasks listed are: 205. ManualeOperativo, 206. Contratti, 207. Budget, 208. CapitolatoTecnico, 209. PlanimetriaLuci, 210. Rider, 211. LoadIn, 212. TrasportoRelatori, 213. HotelRelatore1, 214. HotelRelatore2, 215. BigliettoTrenoRelatore1, ALLESTIMENTO, EVENTO, and DISALLESTIMENTO. A 'LE MIE TASK' button is located at the bottom of the Gantt chart area. Annotations with arrows point to the 'DIAGRAMMA DI GANTT' button in the sidebar, the search and filter icons, and the 'LE MIE TASK' button.

**DIAGRAMMA DI GANTT**

**CERCA**  
cerca all'interno del diagramma

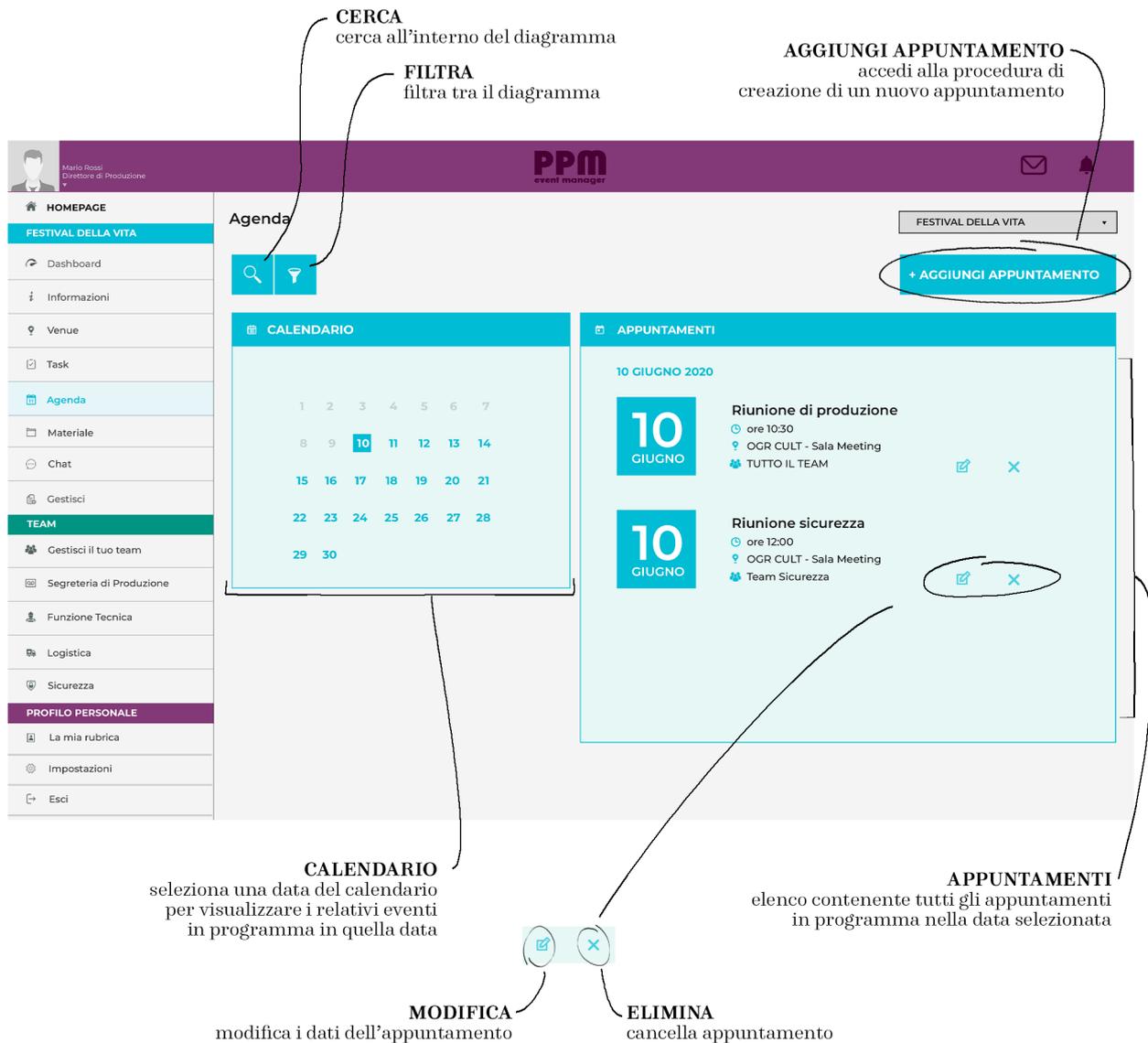
**FILTRA**  
filtra tra il diagramma

**TASK**  
collegamento con il pannello di controllo delle task

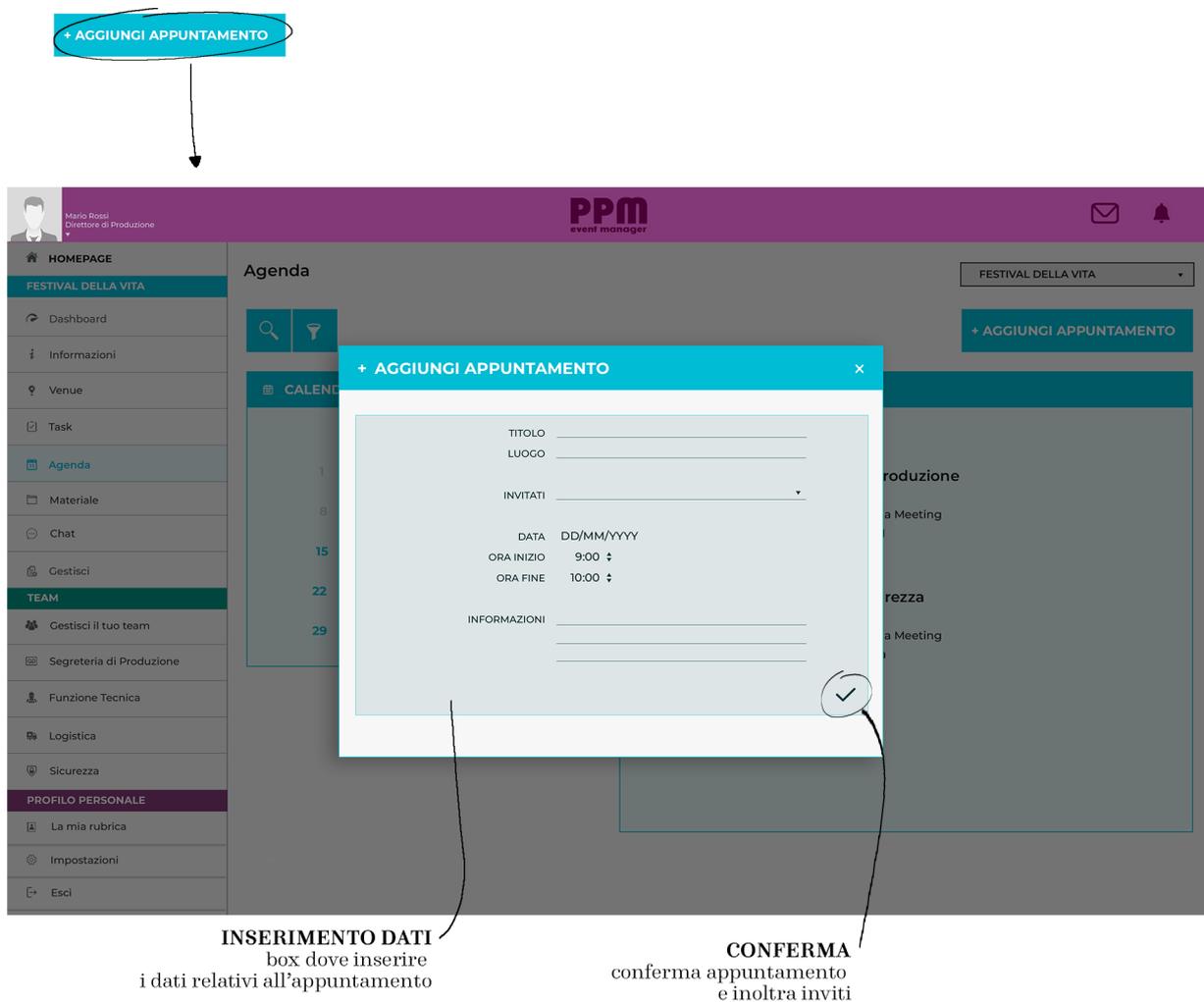
**Figura 5.30** - Flusso di navigazione per accedere al Diagramma di Gantt

### 5.4.1.15 Agenda

L'Agenda presenta un calendario con i relativi appuntamenti in programma. Si è scelto di non utilizzare la parola "Aggiungi Evento" proprio per la ridondanza del nome stesso e onde evitare problemi di interpretazione. Per questo motivo si usa la dicitura "Aggiungi Appuntamento" per aggiungere un evento al calendario. Nella **Figura 5.31** è illustrato il layout della sezione Agenda.



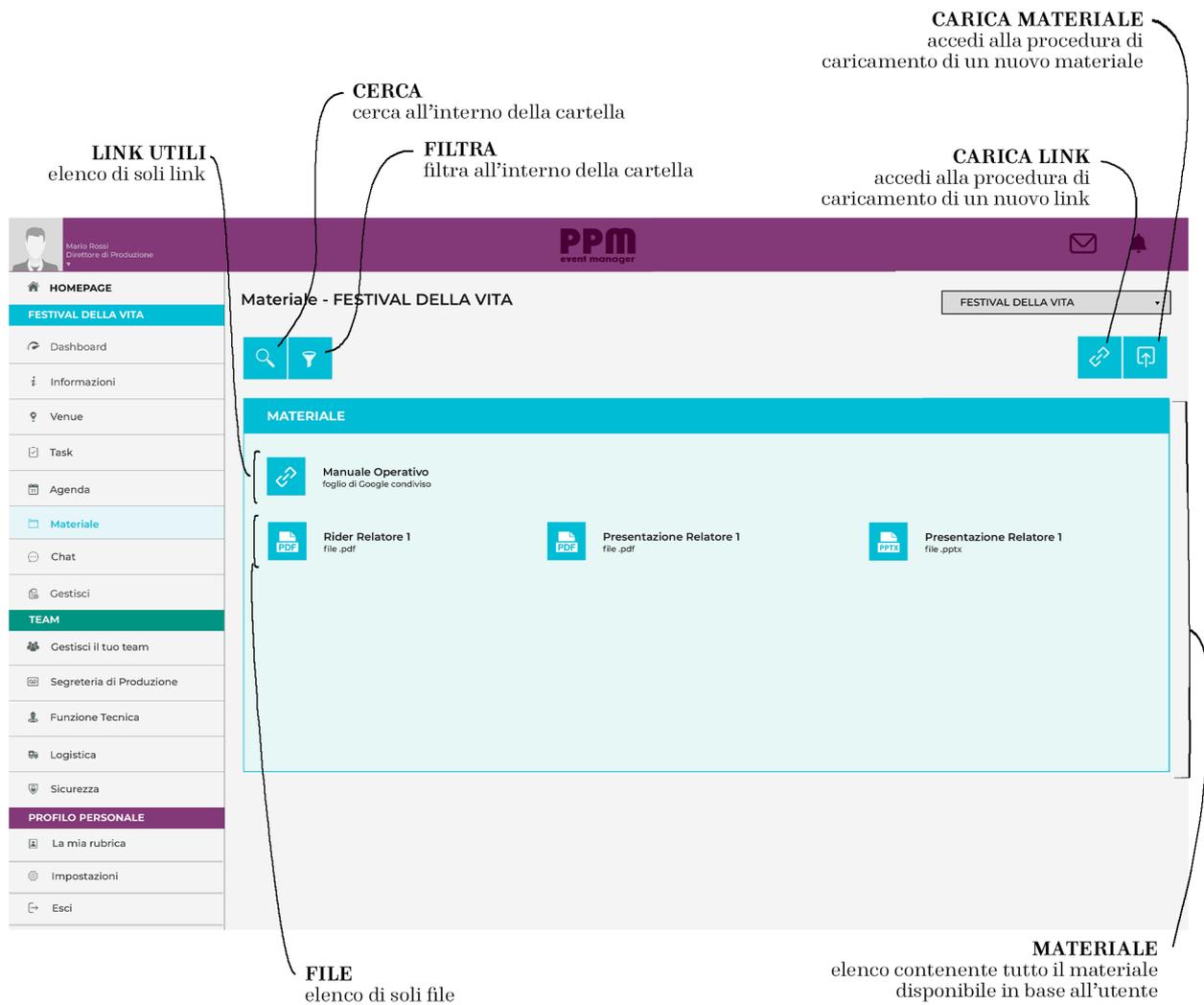
**Figura 5.31** - Sezione Agenda della Dashboard



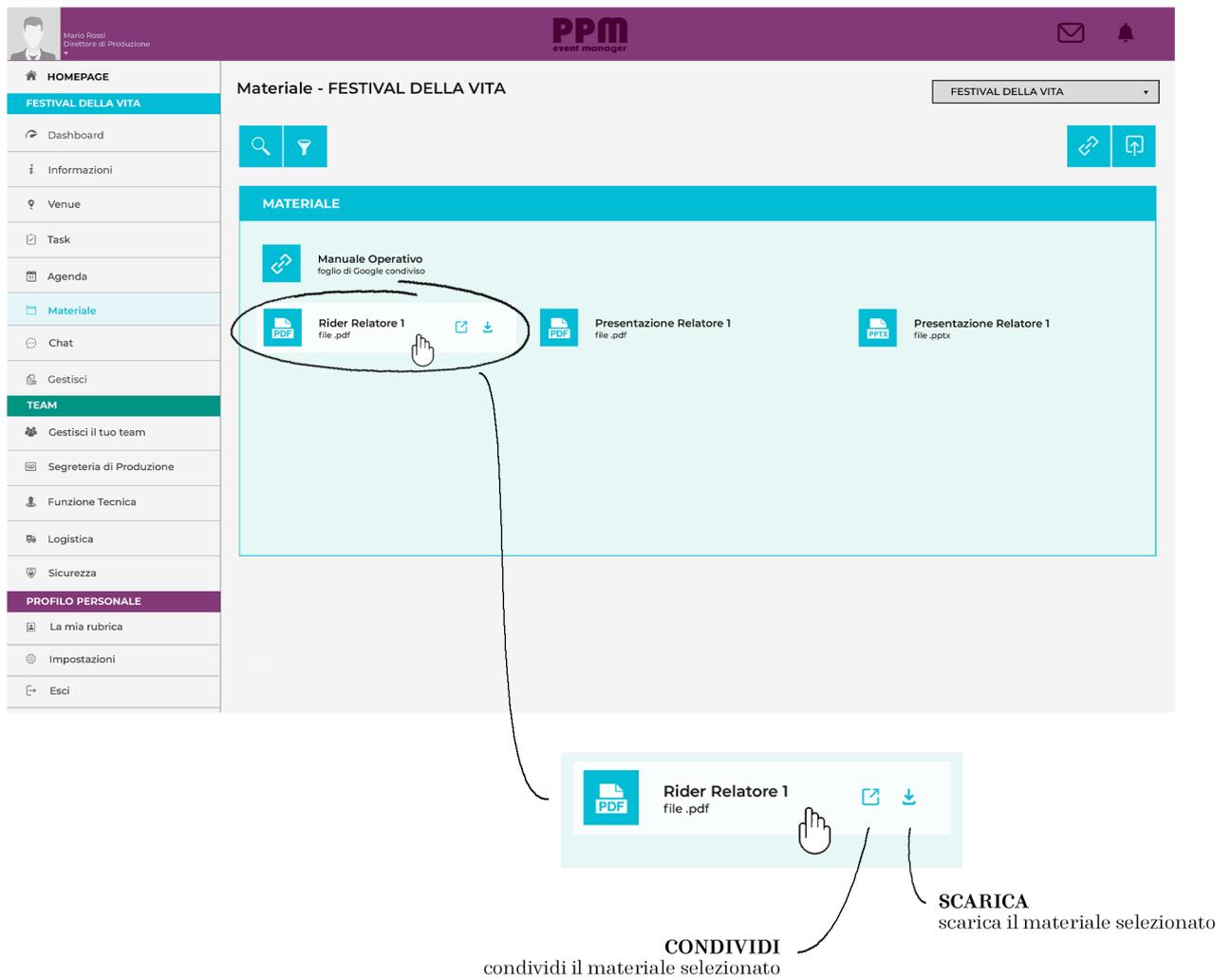
**Figura 5.32** - Creazione di un nuovo appuntamento in *Agenda*

#### 5.4.1.16 Materiale

La sezione *Materiale* contiene una cartella condivisa contenente tutto il materiale caricato da tutti gli utenti. Oltre al caricamento dei classici file, è previsto il caricamento di alcuni link utili al lavoro del team. Nella **Figura 5.33** è illustrato il layout della sezione *Materiale*. Nella **Figura 5.34** vengono i flussi di navigazione sia per caricare un file che per salvare un link. Sia l'utente Direttore di Produzione che l'utente Responsabile di Funzione condividono lo stesso *workflow*. La differenza subentra nel filtraggio: il primo avrà a disposizione tutto l'archivio, il secondo avrà a disposizione solo l'archivio inerente al suo settore di lavoro. È previsto uno spazio in comune dal tag "Generale" dove si condivide materiali con tutti gli utenti.



**Figura 5.33** - Sezione *Materiale*



**Figura 5.34** - Flusso di navigazione della sezione *Materiale*.  
In alto per scaricare un file. In basso per caricare un link o un file da cartella.

### 5.4.1.17 Gestisci evento

La schermata di gestione dell'evento ci presenta la possibilità di modificare alcuni dati relativi all'evento stesso. Solo il direttore di Produzione può accedere a questa sezione. Il layout è raffigurato nella **Figura 5.35**.

**DETTAGLI EVENTO**  
modifica dei dati relativi al nuovo evento

**BANNER**  
carica una nuova immagine come banner per l'evento

**DETTAGLI EVENTO**

NOME	Festival della Vita		
ABBREVIAZIONE	LifeFest		
TIPOLOGIA	Conferenza		
VENUE	OCR Cult - Sala Duomo		
CLIENTE	Filippo Verdi		
DATA INIZIO PRODUZIONE	30/06/2020		
DATA ALLESTIMENTO	30/09/2020	08:30	
DATA EVENTO	31/09/2020	20:00	
DATA DISALLESTIMENTO	01/10/2020	09:00	
STATO	in lavorazione		
NOTE			

**IL TUO TEAM**

DIRETTORE DI PRODUZIONE	Mario Rossi		
SEGRETERIA DI PRODUZIONE	<input checked="" type="checkbox"/>	Isabella Palombelli	+
RESPONSABILE TECNICO	<input checked="" type="checkbox"/>	Giovanni Verdi	+
RESPONSABILE LOGISTICA	<input checked="" type="checkbox"/>	Giorgio Roma	+
RESPONSABILE SICUREZZA	<input type="checkbox"/>		+

**BANNER**

+ Carica una nuova immagine

**CANCELLA EVENTO**

**+ CONFERMA**

**IL TUO TEAM**  
modifica le funzioni al tuo evento e per ognuna di essa nomina un responsabile tra l'elenco presente in memoria o aggiungi un nuovo utente cliccando su “+”

**CONFERMA**  
conferma aggiunta nuovo evento

**CANCELLA**  
cancella l'evento dal sistema.

**Figura 5.35** - Layout inerente alla pagina *Gestisci evento*.

### 5.4.1.18 Gestisci il tuo team

Sia il direttore di produzione che il responsabile di una funzione possono modificare l'elenco del personale presente nel proprio staff lavorativo. Nella **Figura 5.36** la schermata relativa.

The screenshot shows a web application interface for managing a team. At the top, there is a header with the user's name 'Mario Rossi', the role 'Direttore di Produzione', and the 'PPM event manager' logo. A navigation menu on the left includes 'HOMEPAGE', 'FESTIVAL DELLA VITA', 'Dashboard', 'Informazioni', 'Venue', 'Task', 'Agenda', 'Materiale', 'Chat', 'Gestisci', 'TEAM', 'Gestisci il tuo team', 'Segreteria di Produzione', 'Funzione Tecnica', 'Logistica', 'Sicurezza', 'PROFILO PERSONALE', 'La mia rubrica', 'Impostazioni', and 'Esci'. The main content area is titled 'Gestisci il tuo team per FESTIVAL DELLA VITA' and features a search bar, a filter icon, and a '+ AGGIUNGI MEMBRO' button. Below this is a table with columns for ID, NOME COGNOME, E-MAIL, REPARTO, and RUOLO. Each row includes an edit icon. Annotations with arrows point to the search and filter icons, the '+ AGGIUNGI MEMBRO' button, the table, and the edit icons.

**CERCA**  
cerca all'interno del team

**FILTRA**  
filtra tra il team

**AGGIUNGI MEMBRO**  
all'interno del tuo team di lavoro

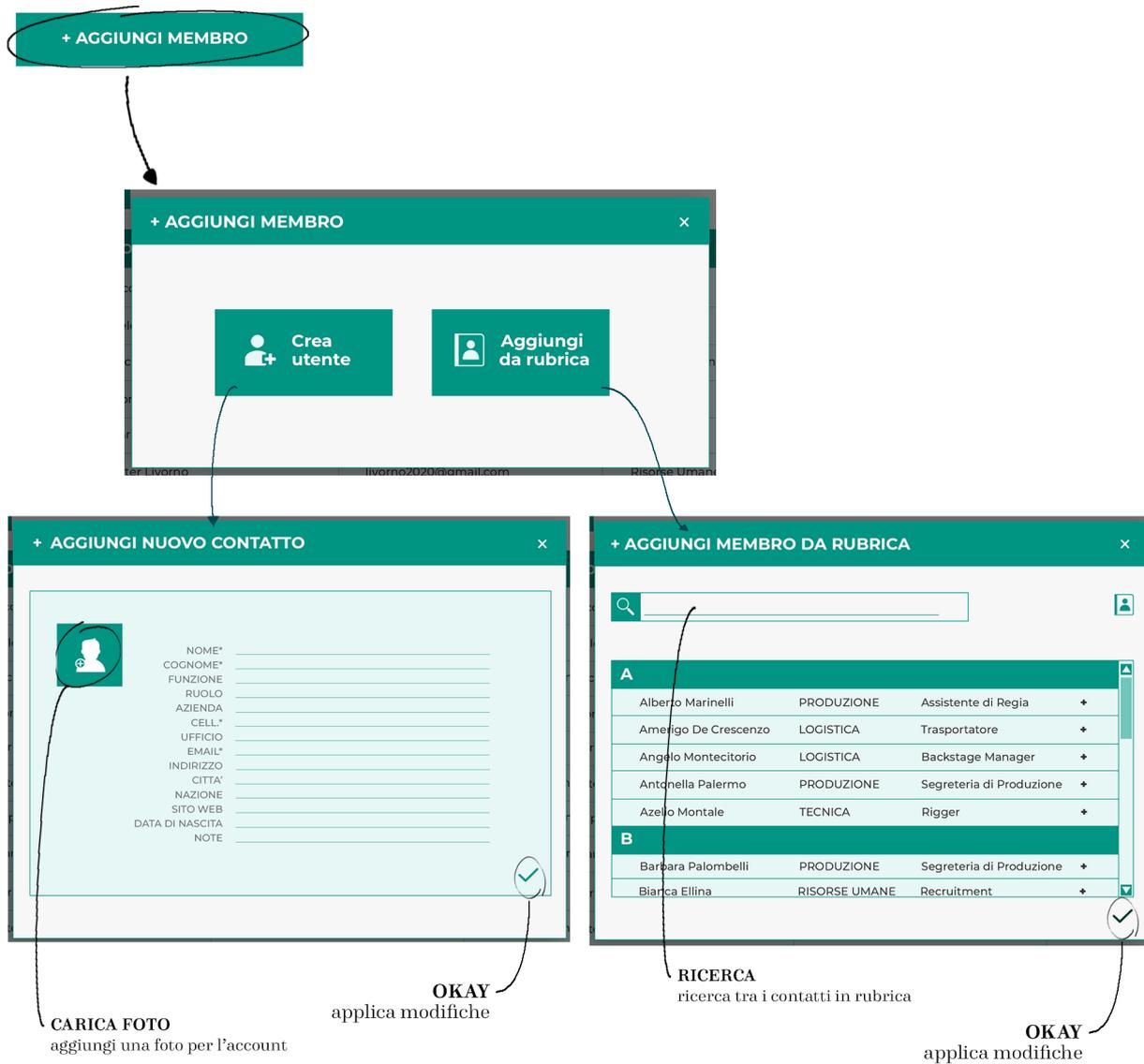
ID ▲	NOME COGNOME	E-MAIL	REPARTO	RUOLO	
001	Riccardo Bozza	riccardo.bozza@plesh.co	Produzione	Direttore di Produzione	✎
002	Celestina Mare	celestina.mare@latuaazienda.com	Produzione	Segreteria di Produzione	✎
003	Michele Sartori	michelesartori@libero.it	Funzione Tecnica	Responsabile Tecnico	✎
004	Domenico De Magistris	domenico.demagistris@gmail.com	Logistica	Responsabile Logistica	✎
005	Enrico Lamanna	lamanna.enricol@gmail.com	Sicurezza	Responsabile Sicurezza	✎
006	Ester Livorno	livorno2020@gmail.com	Risorse Umane	Segreteria di Produzione	✎
007	Filippo Filippetti	fillipetti.fil@hotmail.com	Funzione Tecnica	Light Designer	✎
008	Marco Marconi	marcomarconi90@gmail.com	Funzione Tecnica	P.A. Manager	✎
009	Enrico Lamanna	lamanna.enricol@gmail.com	Sicurezza	Responsabile Sicurezza	✎
010	Ester Livorno	livorno2020@gmail.com	Risorse Umane	Segreteria di Produzione	✎
011	Filippo Filippetti	fillipetti.fil@hotmail.com	Funzione Tecnica	Light Designer	✎
012	Marco Marconi	marcomarconi90@gmail.com	Funzione Tecnica	P.A. Manager	✎

**TABELLA MEMBRI**  
dove sono presenti tutti gli utenti del tuo team di lavoro

**SINGOLO UTENTE**  
dettagli del singolo membro del team

**MODIFICA**  
modifica le impostazioni dell'utente rispetto al team

**Figura 5.36** - Gestisci il tuo team - vista lato Direttore di Produzione



**Figura 5.37** - Gestisci il tuo team - aggiungi un nuovo membro del team

### 5.4.1.19 Funzione X

Solo il Direttore di Produzione ha la facoltà di controllare lo stato di avanzamento di una specifica funzione. Per fare questo, nella *sidebar* sono previsti alcuni collegamenti rapidi con la funzione desiderata. Nella **Figura 5.38** si riporta un esempio della vista della *dashboard* della funzione tecnica.

**RESPONSABILE**  
informazioni del responsabile di settore

**NOTE**  
il direttore di produzione può scrivere delle note personali

**CONVERSAZIONE**  
scrivi nuovo messaggio

**MODIFICA**  
modifica dati utente

**TABELLA TASK**  
dove sono presenti tutte le task di tutto quanto il progetto

**AVVIA CONVERSAZIONE**  
avvia una conversazione avente come tag il nome della task e come destinatari tutti gli utenti coinvolti

**MODIFICA**  
modifica i dati della task

**COMPLETATA**  
modifica lo status della task in completata e inoltra le notifiche

**TASK**  
elenco delle task della funzione

**NOTE**  
In questo spazio si possono riportare una serie di annotazioni utili al responsabile

**TASK**

TASK	STATUS
TASK #CapitolatoTecnico Implementare Foglio Excel condiviso con tutta la lista del materiale tecnico necessario Entro il 12/06/2020 IN LAVORAZIONE	IN LAVORAZIONE
TASK #PlanimetriLuci Imposta la base da passare al Light Designer per la progettazione dell'impianto luci Entro il 13/06/2020 IN LAVORAZIONE	IN LAVORAZIONE
TASK #Rider Leggere tutto il rider ed evidenziare eventuali problematiche Entro il 13/06/2020 NON PARTITO	NON PARTITO

**IL TEAM**

Nome	Funzione
Luigi Pardelli	Light-Designer
Steve Petruzzi	Tecnico Audio
Angelo Prato	Operatore di Ripresa
Gianlugi Piccolo	Stage Manager

**PROFILO RESPONSABILE**

**Giovanni Verdi**  
Responsabile Tecnico

AZIENDA: Power s.r.l.  
CELL.: +39 338 5987462  
UFFICIO: +39 02 1234567  
EMAIL: giovanni.verdi@email.com  
INDIRIZZO: Corso Torino, 49  
CITTA': Roma  
NAZIONE: Italia  
SITO WEB: ---  
DATA DI NASCITA: 03/08/1975  
NOTE: ---

**Figura 5.38** - Dashboard Funzione Tecnica vista dal Direttore di Produzione

## 5.5 Valutazione del progetto

Tutta la prototipazione del progetto presentato in questa tesi si è sviluppato su 4 fasi distinte.

La prima fase ha portato in risalto lo stato dell'arte del mondo degli eventi. Tutto questo primo studio è stato svolto in fase di tirocinio ed è stato riportato nei primi 3 capitoli di questa tesi.

La seconda fase è stata incentrata su un'analisi più dettagliata e specifica. Essa consistente in una serie di interviste in profondità realizzate ad alcuni importanti professionisti del settore sul tema delle problematiche della comunicazione in un team. Il tutto è stato riportato nel **capitolo 4**.

La terza fase è stata presentata in questo capitolo. Si basa sulla prototipazione di un applicativo web che permetta ad un membro del team di ottimizzare le comunicazioni di base, automatizzando alcuni passaggi critici e fornendo una proposta di sistema per l'organizzazione interna.

La quarta fase riguarda tutta la parte di *testing* del prototipo. Tramite il sito web <https://mybalsamiq.com> è stato realizzato un *mockup* contenente il *workflow* presentato nel paragrafo precedente. Sono state identificate alcune *task* da far eseguire ad alcuni utenti tipo. Nel successivo **paragrafo 5.5.1** è riportato tutto il procedimento di *testing* con i relativi risultati ottenuti.

È prevista una fase iterativa di modifica e integrazione del prototipo in funzioni delle eventuali problematiche di *usability* riscontrate in fase di *testing*.

### 5.5.1 Come viene eseguito il test

Il mockup utilizzato per eseguire il test è accessibile al seguente link:

<https://bit.ly/ppmmockup>

A un campione di 4 utenti è stato chiesto di svolgere cinque funzioni all'interno dell'applicazione, differenziate a seconda del "ruolo" dell'utente. Le *task* richieste sono le seguenti:

- TASK 1 - Creare un nuovo evento <sup>[112]</sup>
- TASK 2 - Trovare l'indirizzo della *venue* dell'evento
- TASK 3 - Controllare lo stato dei lavori dell'utente x
- TASK 4 - Aggiungere un nuovo membro all'interno del proprio team
- TASK 5 - Avviare una nuova conversazione in merito ad una *task* assegnata

---

<sup>112</sup> La *Task 1* è stata assegnata solo all'utente Direttore di Produzione. Il responsabile di funzione ha eseguito direttamente la *Task 2*.

Per ognuna di queste *task* e per ognuno degli utenti campione si segnano i passi eseguiti e si analizzano le criticità riscontrate nell'eseguire le varie operazioni. Nella **Tabella 5.8** si riportano i dati prima elencati.

TASK	UTENTE	PASSI	CRITICITÀ
1	DIR.PROD.1 Cecilia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- "+ Crea Evento"</li> <li>- <i>Inserimento dati</i></li> <li>- Conferma</li> </ul>	
	DIR.PROD.2 Enrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- "+ Crea Evento"</li> <li>- <i>Inserimento dati</i></li> <li>- Conferma</li> </ul>	
2	DIR.PROD.1 Cecilia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Venue</li> <li>- <i>Indirizzo</i></li> </ul>	Non ha notato la presenza del dato <i>indirizzo</i> all'interno della <i>dashboard</i> dell'evento selezionato.
	DIR.PROD.2 Enrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Indirizzo</i></li> </ul>	
	RESP.FUNZ.1 Elena	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Indirizzo</i></li> </ul>	
	RESP.FUNZ.2 Caterina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Venue</li> <li>- <i>Indirizzo</i></li> </ul>	Non ha notato la presenza del dato <i>indirizzo</i> all'interno della <i>dashboard</i> dell'evento selezionato. Ha affermato che a primo impatto l'occhio ricerca all'interno della <i>sidebar</i> .
3	DIR.PROD.1 Cecilia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Funzione Tecnica</li> </ul>	
	DIR.PROD.2 Enrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Funzione Tecnica</li> </ul>	
	RESP.FUNZ.1 Elena	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Nome Utente</i></li> </ul>	
	RESP.FUNZ.2 Caterina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Nome Utente</i></li> </ul>	

TASK	UTENTE	PASSI	CRITICITÀ
4	DIR.PROD.1 Cecilia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Gestisci il tuo team</li> <li>- <i>Aggiungi Membro</i></li> </ul>	
	DIR.PROD.2 Enrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Gestisci il tuo team</li> <li>- <i>Aggiungi Membro</i></li> </ul>	
	RESP.FUNZ.1 Elena	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Gestisci il tuo team</li> <li>- <i>Aggiungi Membro</i></li> </ul>	È stato consigliato di inserire anche dei titoli o delle frasi insieme alle icone sotto <i>Aggiungi Nuovo Contatto</i> e <i>Aggiungi da Rubrica</i> .
	RESP.FUNZ.2 Caterina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Gestisci il tuo team</li> <li>- <i>Aggiungi Membro</i></li> </ul>	
5	DIR.PROD.1 Cecilia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- Task</li> <li>- <i>Task #ManualeOperativo</i></li> <li>- Info</li> <li>- Messaggio</li> <li>- Invia</li> </ul>	L'icona con il simbolo di una busta delle lettere ricorda l'invio di una e-mail più che l'inizio di una nuova conversazione.
	DIR.PROD.2 Enrico	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Task X</i></li> <li>- <i>Nuova Chat</i></li> </ul>	Anche in questo caso si sono riscontrati problemi nel comprendere l'icona relativa alla conversazione.
	RESP.FUNZ.1 Elena	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Task X</i></li> <li>- <i>Nuova Chat</i></li> </ul>	
	RESP.FUNZ.2 Caterina	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Homepage</li> <li>- Evento X</li> <li>- <i>Singola Task</i></li> <li>- Simbolo "i" - <i>informazioni</i></li> <li>- Simbolo <i>chat</i></li> </ul>	Stesso problema relativo all'icona <i>busta delle lettere</i> che richiama la funzione e-mail anziché una chat

**Tabella 5.8** - Report dei test effettuati

## 5.5.2 Analisi dei risultati

Il test effettuato non ha riportato problemi importanti nell'utilizzo del prototipo. Durante il test oltre alle 5 richieste sopra descritte sono state eseguiti altri piccoli mini-test al fine di comprendere se l'interfaccia fosse chiara e semplice da usare. Anche in questo caso non sono stati riscontrati problemi e tutti gli elementi erano raggiungibili facilmente.

L'unico punto in comune di discussione riguardava l'icona utilizzata per avviare una nuova conversazione o per accedere alla relativa sezione. In base a quanto riscontrato, si è deciso di:

- per *CONVERSAZIONI* sostituire l'icona  con l'icona  ;
- Per *NUOVA CONVERSAZIONE* sostituire l'icona  con l'icona  .

Infine, come ultimo spunto, è pervenuto il consiglio di implementare una tipologia di account aggiuntiva per un eventuale *project manager*. Tale tipologia di utente dovrebbe essere un "clone" del direttore di produzione, avere cioè tutte le sue stesse funzionalità ma essere sempre dipendente gerarchicamente del direttore di produzione stesso. Queste possibili implementazioni possono essere sviluppate in futuro.



# Conclusioni

In questo elaborato sono stati trattati molti elementi diversi in materia di comunicazione all'interno di un team di produzione di eventi. Il punto di partenza è stato un'*overview* generale su cos'è un evento, cosa intendiamo noi attualmente con questo termine e quali sono le diverse tipologie di evento esistente al giorno d'oggi. Ho analizzato quali sono le differenti fasi di progettazione di un evento. Inoltre, nei primi due capitoli sono state analizzate anche le strutture organizzative che possono essere presenti all'interno del team stesso e quali sono le interazioni di base che avvengono tra i diversi livelli della piramide organizzativa. Nel secondo capitolo, nello specifico, ho trattato una distinzione netta tra quali sono le differenti tipologie di figure professionali che entra in gioco e quali sono i punti in comune tra di essi. È interessante notare come quanto il direttore di produzione debba avere conoscenze trasversali in tutti i settori. Ed è importante evidenziare che la dimensione e la complessità di un team di produzione è direttamente proporzionale alla dimensione dell'evento stesso. Maggiore è l'evento, maggiore sarà il numero di compiti da portare a termine, maggiore sarà il numero di addetti ai lavori che intervengono.

Andando avanti con le analisi intraprese in questa tesi, mi sono soffermato sull'analizzare come si svolgono le varie comunicazioni tra reparti, definendole in *primarie* e in *secondarie* in base alle necessità comunicative di ogni membro del team. Sulla base di questo, sono stati analizzati i principali documenti lavorativi condivisi all'interno del gruppo. Per ogni elemento proposto mi sono soffermato sullo studio delle problematiche comunicative che possono esserci nel loro utilizzo. È stato interessante constatare che un buon strumento lavorativo può essere di notevole aiuto in situazioni molto critiche e in momenti di stress. In maniera corredata sono state analizzate le varie applicazioni di comunicazione utilizzate normalmente. Il dato più evidente è che un'app di uso comune come *Whatsapp* è usata anche in ambito lavorativo in maniera preponderante. Infatti, più un app è semplice e intuitiva e di uso quotidiano, più facilmente si integra in un qualsiasi contesto lavorativo.

L'analisi si è conclusa nel capitolo 4 con l'intervista a tre importanti professionisti del mondo degli eventi. Oltre che essere degli esempi lavorativi sul campo, sono anche degli esempi di umanità che deve esserci su una qualsiasi produzione. Il punto in comune più evidenziato da tutti e tre riguarda il concetto di trasmissione delle informazioni su modello *centro-stella*. Un unico punto che dirama le differenti comunicazioni ai principali membri del team, i quali, condividono a loro volta le informazioni. Un altro importante passaggio da sottolineare riguarda l'usabilità di un sistema. La chiave per la migrazione ad un nuovo meccanismo risiede proprio nella facilità d'uso e nella rapidità

di apprendimento delle funzionalità di base. Posso affermare con tranquillità che le interviste dirette siano state fondamentali per la stesura di questa tesi.

Come ultimo *step* ho proposto un applicativo su base web che possa permettere di gestire un po' i vari elementi e le varie comunicazioni all'interno di un gruppo di lavoro. Ho progettato il *workflow* e disegnato l'interfaccia grafica, punti nevralgici per l'*usability* di un'app, utilizzando la metodologia del *Work Breakdown Structure*, ovvero scomponendo tutto il flusso lavorativo in elementi più semplici, denominandoli *task*. Grazie a questa prototipazione, ho potuto anche aiutare il team di produzione di cui faccio parte in alcuni piccoli lavori. Ho constatato anche che possono esserci dei limiti nell'utilizzo di questo sistema, limite dato innanzitutto dalla reperibilità di una connessione. Seppur oggi tutti abbiamo internet a casa o sul nostro smartphone, molto spesso ci si può trovare in situazioni e in luoghi dove il segnale non è dei migliori. Inoltre, per via della complessità e del numero molteplice di figure lavorative che subentrano, mi sono limitato a progettare le principali funzioni (logistica, tecnica, sicurezza e segreteria di produzione). Questa scelta è stata dettata anche dalla mia esperienza durante il periodo di tirocinio in questi reparti. Non si esclude un'implementazione ed un approfondimento futuro che possa aggiungere altri elementi ed altre sezioni.

Il percorso intrapreso per realizzare questa tesi mi ha portato a conoscere l'intricato mondo che si cela dietro le quinte della produzione di un evento. Un grande numero di figure professionali intervengono all'interno delle varie fasi della pre-produzione e della produzione di una qualsiasi manifestazione. La colla che mantiene legati tutti i pezzi di un team di produzione è la comunicazione. Come portato in evidenza più volte lungo tutta la tesi e soprattutto grazie all'intervista diretta con alcuni personaggi di spicco del panorama lavorativo italiano, si è verificato quanto la buona riuscita di un evento sia basata anche su una buona comunicazione tra membri di uno stesso team di produzione. Numerose sono le variabili che possono portare al deterioramento di tali comunicazioni: errori principalmente di natura umana che, grazie all'esperienza acquisita sul campo, possono essere corretti se non presentano gravi complicanze.

In conclusione, posso affermare che il ruolo principale di tutta la struttura comunicativa spetta al direttore di produzione. La sua mansione è fondamentale non solo per questi aspetti comunicativi, ma anche per tutti gli aspetti legati alla progettualità di un evento. Un perfetto direttore di produzione deve avere nozioni trasversali in tutte le funzioni. Deve avere nozioni tecniche audio e video, deve saper redigere e verificare un *budget*, deve conoscere le criticità che possono esserci nella logistica. Deve affrontare cioè tutta una serie di problematiche relative a tutte quante le funzioni. Tutto ciò è il risultato di esperienze dirette sul campo ma anche di una solida preparazione accademica, che può aiutare notevolmente il suo ruolo. Una seconda conclusione corollario a cui sono giunto è che un ingegnere del cinema e dei mezzi di comunicazione può ricoprire tranquillamente questo ruolo, avendo infarinatura di base in tutte le aree competenti ed essendo padrone delle problematiche comunicative e delle varie esigenze dei singoli elementi del team di produzione.

## Bibliografia

- Accatino Alfredo, *The events master. Tecniche, parole, segreti e trucchi del mercato degli eventi*, Milano, Longanesi, 2015
- Bove Antonello, *Strategic planning. Come definire, pianificare ed eseguire una strategia di business vincente*, Milano, Hoepli, 2011
- Bowdin Glenn, Allen Johnny, O'Toole William, Harris Rob, McDonnell Ian, *Events Management*, ("Events Management Series"), 2°ed., Oxford, Elsevier, 2006
- Carcopino Jérôme, *La vita quotidiana a Roma all'apogeo dell'impero*, Bari, Laterza, 1993  
2°ed., John Wiley & Son Inc., 2006
- Cherubini Sergio, Bonetti Enrico, Iasevoli Gennaro, Resciniti Riccardo, *Il valore degli eventi. Valutare ex ante ed ex post gli effetti socio-economici*, Milano, FrancoAngeli, 2009
- Cherubini Sergio, Pattuglia Simonetta, *Comunicare con gli eventi. Riflessioni e casi di eccellenza*, Milano, FrancoAngeli, 2007
- Collesei Umberto., Checchinato Francesca, Dalle Carbonare Marta, *Gli eventi: come progettarli e realizzarli*, ("Impresa, comunicazione, mercato - nuova serie"), Milano, FrancoAngeli, 2014
- Codeluppi Vanni, *Lo spettacolo della merce*, Milano, Studi Bompiani, 2000

- Conway Des, *The event manager's bible: the complete guide to planning and organizing a voluntary or public event*, ("How to books"), 3°ed., Oxford, How To Content, 2019
- Fabris Giampaolo, *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno*, Milano, FrancoAngeli, 2013
- Ferrari Sonia, *Event Marketing. I grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*, 3°ed., Milano, Wolter Kluwer, 2018
- Gallico Dalia, *Il perfetto evento*, ("I Perfetti"), Milano, Lupetti, 2008
- Gagliardi Carlo, *Jakobson Roman*, in Franco Lever - Pier Cesare Rivoltella - Adriano Zancchi (edd.), *La Comunicazione. Dizionario di scienze e tecniche*, [www.lacomunicazione.it](http://www.lacomunicazione.it)
- Getz Donald, *Event Studies. Theory, research and policy for planned events*, ("Events Management Series"), Oxford, Butterworth-Heinemann, 2007
- McDonne Ian, Allen Johnny, O'Toole William, *Festival and special Events Management*, ("Events Management Series"), 2010
- Norman Donald, *La caffettiera del masochista*, Firenze, Giunti Editore, 2017
- Rovere Giovanni, *Linguaggi Settoriali*, in Raffaele Simone (ed.), *Enciclopedia dell'Italiano*, 2 vol., Roma, Istituto della Enciclopedia Italiana, vol.1, 804-806
- Shannon C., Warren W., *The Mathematical Theory of Communication*, 1° ed., Urbana, University of Illinois Press, 1949

Van der Wage Lynn, *Event management: for turism, cultural, business and sporting events*,  
4°ed., Frenchs Forest, Pearson, 2010

Volli Ugo, *Il nuovo libro della comunicazione. Cosa significa comunicare: idee, tecnologie, strumenti, modelli*,  
4°ed., Milano, Il Saggiatore, 2010



## Sitografia

<https://www.wikipedia.org/>

<https://www.statista.com/>

<https://www.musicinsiderimini.it/>

<https://www.vigilfuoco.it/>

<https://www.pianetasicurezza.it/>

<https://www.inail.it/>

<https://polidesign.net/it/designforall/>

<https://www.icadenza.com/technical-rider/>

<https://www.lacomunicazione.it/>

<https://www.whatsapp.com/about/>

<https://www.roberto-serra.com/il-lancio-whatsapp/>

<https://zello.com/>

<https://www.techpost.it/>

<https://slack.com/intl/en-it/>

<https://www.merita.biz/slack-app/>

<https://www.bucap.it/>

<https://www.visual-paradigm.com/>

<http://larem.it/come-organizzare-un-evento-di-successo-wbs/>



## **Filmografia**

“FYRE: The Greatest Party That Never Happened”,  
(FYRE: La Più Grande Festa Mai Avvenuta)  
dir. CHRIS SMITH, interpreti Billy McFarland, Jason Bell,  
Gabrielle Bluestone, USA, 2018, NETFLIX



## Appendice A

Esempio di *rider* relativo ad un evento di musica elettronica.

# Jamie xx DJ Club Rider '18

# **JAMIE XX RIDER**

## **Contacts**

<b>Management Contacts</b>	
	Management: Simon Guzylack E: <a href="mailto:simon@theyoungturks.co.uk">simon@theyoungturks.co.uk</a>
<b>Touring Contacts</b>	
Tour Manager: Cameron Stewart E: <a href="mailto:cameron.jb.stewart@gmail.com">cameron.jb.stewart@gmail.com</a> P: +447985463491	Lighting Operator: Michael Straun E: <a href="mailto:michaelstraun@me.com">michaelstraun@me.com</a> P: +44(0) 7795 295 136

### **PERMITS / LICENSES**

Please apply for all permits and licenses that may be required for our show with the venue, council, state and other relevant authorities.

### **VISAS & WORK PERMITS**

#### **AGREEMENT**

Please notify us immediately of any necessary visas or work permits, which may be required for Jamie xx and his crew for your territory.

The promoter is to pay all costs in relation to the obtaining of these visas, including: visa fees, agency fees, couriers and administration. We will present invoices and backup of these amounts on arrival in your country,

#### **VACCINES**

#### **AGREEMENT**

Please advise us six weeks prior to the show of any vaccinations, which are required for entry into your country. We will present invoices and backup of these amounts on arrival in your country.

### **ARRIVAL & GROUND TRANSPORT**

We will require local ground transport to be provided for the following moves:

- Airport to hotel on day of arrival to correspond with various flight times
- All transfers between hotel and venue – Please liaise with TM
- Hotel to airport on day of departure to correspond with various flight times

#### **ARRIVAL – A Party**

The Jamie xx party will generally arrive by air on the day of the show, or the day prior.

They are to be met by their driver, who should be fully briefed on when and where he is meeting the party. They should carry a sign showing "**Cameron Stewart Party**" to allow them be easily identified.

#### **GROUND TRANSPORTATION:**

##### A Party – Artist Party:

Jamie xx – Artist

Cameron Stewart – Tour Manager (Lead)

Simon Guzylack – Management

Should travel in 1 x Mercedes V class or similar

##### B Party – Crew Party:

Drew Dawes – Backline (Lead)

Michael Straun – Lighting

Michael Parker - FOH

Should travel in 1 x Ford Econoline or similar

##### Drivers

All drivers must meet the following criteria;

Must be smartly dressed.

Must be professionals and insured to carry the artist.

Drivers will need to supply the lead person with their mobile number.

**SECURITY:**

One security guard must be present beside the DJ booth with Jamie's set is taking place.

This guard should be introduced to Jamie's lead person prior to the set taking place. They should have clear radio contact with all other members of security throughout the venue.

**HOTELS:**

Where hotels are provided by the promoter:

1 x Junior Suite is to be provided for the artist

3 – 6 x Standard King rooms to be provided, depending on travel party size

Please ask Cameron for the accurate rooming list for your show.

Hotels should be of a 5 star standard, equipped with a spa, gym and have room service. Breakfast should be included within hotel rate and wi-fi should be complimentary for all guests.

Please send over any credit card authorisation forms that may need to be completed prior to our stay, to ensure a quick and easy check in.

**TECHNICAL:**

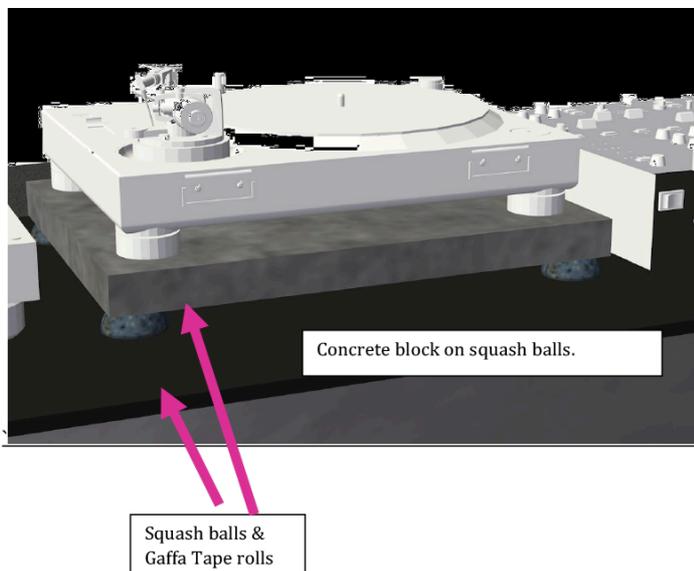
**MINIMUM SETUP FOR PARTIES, ETC. IS:**

- **2 x Technics 1210 MK5 turntables**
- **2 x Pioneer CDJ 2000 NEXUS LINKED**
- **1 x Pioneer DJM 900 mixer**
- **2 x Shure M44 stylus'**
- **Stereo monitors with subs**
- 

**Complete equipment setup requirements:**

- 2 x Technics 1210 MK5 turntables
- 2 x Pioneer CDJ 2000 NEXUS LINKED **(NO EXCEPTIONS - NO ALTERNATIVES)**
- 8 x squash balls
- 8 x Rolls of Gaffa tape (any colour)
- 2 x 2" Concrete Slabs, large enough to accommodate the turntable.
- We carry our own E&S Mixer

**ALL necessary power distributions and cables, and spares.**



**Spare equipment:**

- 1 x Pioneer DJM 900 mixer
- 1 x Pioneer CDJ 2000 Nexus
- 1 x Technics 1210 MK5 turntable
- 2 x Technics stylus'

**MONITOR REQUIREMENTS:**

- 2 x loud, full range wedges placed on top of an 18" Drum Sub **left** and **right** of the DJ table

**DJ TABLE CONSTRUCTION:**

DJ table **must** be constructed of two 8' (W) x 2' (D) professional stage quality risers.

One set **must** have 2ft (60cm) legs (top) and one shall have 12" legs (bottom). (30CMS IS FINE)

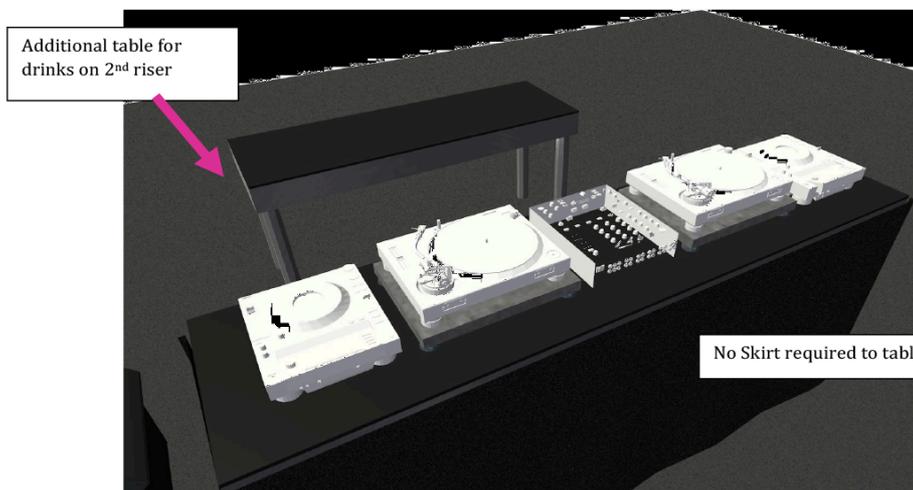
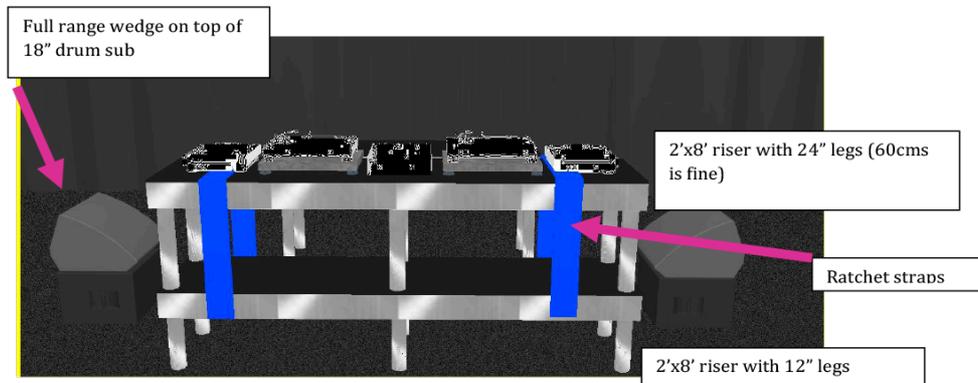
The two riser **must** be ratchet strapped together at two separate points, these should be near the legs so as not to bend the top table/ riser.

Please provide **SIX (6)** 20 pound (lb) sandbags.

**NO** wheels on the DJ table

An additional sturdy table for drinks, records etc will be required behind the DJ area

**NO** skirts on any part of the table



#### **HOSPITALITY:**

Please advise if there is a private area, out of view from the venue, where our party can wait/relax prior to and after Jamie's DJ set. Capacity should hold at least 20 people.

This space should also be guarded by a member of security for the duration of our parties time in the venue.

Preferred beverages & snacks are:

- 1 x Japanese Whiskey (Yamasaki 12 year)
- 1 x Tequila (Patron Silver)
- 16 x Beer – Pacifico
- 12 x Bottled water (still and sparkling)
- 8 x Diet coke
- 2 x Haribo (Tangfastics preferably)
- 2 x Tortilla Chips (Plain and Spicy flavours)
- 1 x Salsa Pot
- 1 x Guacamole Pot
- 1 x Hummus Pot

Jamie xx Club Rider 2018

Tour Manager - Cameron Stewart // +447985463491 // cameron.jb.stewart@gmail.com

6

# Ringraziamenti

In primo luogo, ringrazio con il cuore il supporto ricevuto dai miei genitori durante tutto il periodo di studi al Politecnico di Torino. Questa tesi è dedicata a loro che mi supportano (e sopportano) in tutto e per tutto.

Ringrazio la professoressa Sara Monaci per avermi sostenuto in questo progetto di tesi. La ringrazio per avermi aiutato a dar valore ai giusti argomenti presentati e per avermi seguito durante la stesura dell'elaborato.

Ringrazio il mio tutor aziendale Giuseppe Baldari il quale mi ha accompagnato durante i mesi trascorsi presso il suo ufficio di produzione in OGR. Lo ringrazio per i consigli e i trucchi del mestieri appresi sul campo. E soprattutto lo ringrazio per la fiducia che mi ha dato "lanciandomi" su alcuni progetti molto importanti.

Ringrazio infinitamente mia sorella Elena per avermi supportato lungo tutto il periodo di stesura della tesi. La ringrazio per aver sopportato tutto. Lei sa.

Ringrazio davvero tanto e davvero di cuore mia zia Mariella per avermi sostenuto lungo questi anni di università, dandomi la possibilità di inseguire le mie ambizioni lavorative e i miei sogni. Ringrazio anche mia nonna che, da la sù, so' che mi guarda e mi è stata vicina (e so che lo è ancora).

Come non menzionare tutti i miei amici, lontani e vicini, che mi sono sempre stati vicini in questi anni? Non saprei da dove iniziare.

In primo luogo ringrazio Angelo, per gli amici Jaya. Spalla di una vita, fratello acquisito. Non saprei cosa fare senza di lui.

Ringrazio Domenico e Gigi per tutte le risate e l'ignoranza di questi anni. Ci son stati sempre, soprattutto quando ci son stati periodi difficili.

Ringrazio Pamela e Liliana per avermi supportato, sopportato e per aver condiviso da *team* di lavoro tutto il percorso universitario. E le ringrazio anche per avermi bacchettato in questi anni. Avete fatto bene. E per questo ve ne sarò sempre riconoscente.

Ringrazio tutta la *big squad* Visionary, amici incontrati lungo il percorso, squadra, gruppo di lavoro, gabbia di matti. In una parola: famiglia! Voglio un mondo di bene a tutti. Dovrei scrivere una seconda tesi solo per elencare tutte le qualità di ognuno di loro.

Una menzione anche a Ervis e a tutto il gruppo de *La Musique*. Un gruppo di matti che mi ha sostenuto psicologicamente in questo periodo.

E ringrazio anche te, che sei arrivato a questo punto della tesi leggendola tutta, o semplicemente *skippando* alla fine. Ti ringrazio, anche se non sei elencato qui.

Ti ringrazio perché se stai leggendo questo punto vuol dire che in qualche modo mi vuoi bene. Ed io te ne voglio di sicuro!

È stato un lungo percorso ed ora mi affaccio al mondo lavorativo con entusiasmo. Sarà divertente rileggere queste ultime pagine tra qualche anno, per vedere se sarò ancora così euforico. Durante tutti questi anni di università molte cose sono cambiate. Sono cresciuto sia intellettualmente che professionalmente. Ed è per questo che ringrazio soprattutto tutti coloro che mi hanno remato contro, tutti coloro che in qualche modo hanno provato ad ostacolare tutto questo. Li ringrazio perché senza di loro ora non sarei quello che sono.