

SINERGIE[®]
focus on passion

**IL DECALOGO DELLE AGENZIE
DELLA CONSULTA DEGLI EVENTI**

LUGLIO 2010

LE GARE

LA NOSTRA VOLONTÀ COME CONSULTA E' OTTENERE LA MASSIMA CHIAREZZA DA PARTE DEI CLIENTI SUI PARAMETRI DI SELEZIONE, VALUTAZIONE ED ASSEGNAZIONE DELLE GARE.

RITENIAMO CHE 3 SIA IL NUMERO IDEALE DI AGENZIE DA INVITARE AD UNA GARA, CHE SIA CORRETTO DICHIARARE I NOMI DELLE AGENZIE PARTECIPANTI E, PER ASSICURARE UN'ANALISI CORRETTA DEI COSTI E DELLA FATTIBILITÀ, I TEMPI DI SVILUPPO/PRESENTAZIONE DI UN PROGETTO NON DEBBANO ESSERE INFERIORI AI 15 GIORNI LAVORATIVI DALLA CONSEGNA DEL BRIEF.

PER QUESTO VIENE RICHIESTA LA FIRMA DI UN CONTRATTO AGENZIA-CLIENTE CHE TUTELI LE AZIENDE SULLA SEGRETEZZA DEI DATI E LE AGENZIE SULLA PROPRIETÀ DELL'IDEA CREATIVA, E CHE PREVEDA L'INDICAZIONE DEL BUDGET, I TEMPI DI CONSEGNA DEL PROGETTO, IL NUMERO ED I NOMI DELLE AGENZIE IN GARA ED UN RIMBORSO SPESE.

I PARAMETRI

RITENIAMO NECESSARIO NELLA FORMULAZIONE DELLE GARE EVIDENZIARE, IN FASE DI BRIEF, I PARAMETRI DI VALUTAZIONE DEL PROGETTO CHE NOI PROPONIAMO ESSERE COSÌ SUDDIVISI:

- PARTE CREATIVA
- PARTE ECONOMICA
- PARTE PRODUTTIVA
- CARATTERISTICHE DELL'AGENZIA

(ESPERIENZA NEL SETTORE, CAPITALE SOCIALE, STRUTTURA INTERNA, ANNO DI COSTITUZIONE)

LE PRESENTAZIONI

I PROGETTI SONO SPESSO CONTENITORI DI CREATIVITÀ, SITUAZIONI, SCENE ED EMOZIONI CHE HANNO L'OBIETTIVO DI COINVOLGERE E INTERAGIRE CON L'UTENTE FINALE DEL PROGETTO, DUNQUE RITENIAMO CHE LE PRESENTAZIONI DAL VIVO SIANO IL MIGLIOR MEZZO PER TRASMETTERE IL DNA DEL PROGETTO E DI TUTTE LE SUE SFUMATURE SIA CREATIVE CHE ECONOMICHE.

IL CONTRATTO

AL FINE DI CHIUDERE IL PROCESSO DI GARA AL MEGLIO, RITENIAMO CHE I CLIENTI DEBBANO COMUNICARE IN MANIERA UFFICIALE L'ASSEGNAZIONE DEL PROGETTO ATTRAVERSO UNA COMUNICAZIONE SCRITTA CHE INCLUDA ANCHE UN MANDATO E CONTESTUALMENTE INFORMARE GLI ALTRI PARTECIPANTI DEL RISULTATO DELLA GARA.

IL BUDGET

ABBIAMO DEFINITO UN FORMAT DI BUDGET CHE CONTEMPLA I COSTI DI PRE-PRODUZIONE, CREATIVITÀ E STUDIO DI FATTIBILITÀ, E I COSTI DI PRODUZIONE CHE INCLUDONO IL PERSONALE INTERNO DEDICATO AL PROGETTO.

IL FEE

IL FEE RIFERITO AL BUDGET TOTALE DI SPESA PER LA REALIZZAZIONE DI UN EVENTO RAPPRESENTA UNA DELLE COMPONENTI FONDAMENTALI DI REMUNERAZIONE DELLE AGENZIE DUNQUE PENSIAMO SIA NECESSARIO MANTENERLO NON AL DI SOTTO DEL 10%.

L'EVENTO

LEVA DI MARKETING INTESA COME MOMENTO SPECIALE DELLA DURATA DI UNO O PIU' GIORNI, CHE LAVORA SUL LATO EMOZIONALE ED ESPERIENZIALE, CREATO AD ARTE E CON PRECISI OBIETTIVI PER COMUNICARE UN'AZIENDA, I SUOI PRODOTTI, LE SUE INIZIATIVE SPECIALI O PER COMUNICARE AD UNO O PIÙ PUBBLICI.

UN MEZZO

L'EVENTO E' A TUTTI GLI EFFETTI UN MEZZO DI COMUNICAZIONE ED INTERAZIONE CHE, A DIFFERENZA DI ALTRI, NON HA UNA FORMA DEFINITA E DUNQUE NECESSITA DI PROFESSIONISTI CAPACI DI CONFERIRGLIELA DI VOLTA IN VOLTA, PRODUCENDO SEMPRE UN CONTENUTO CREATIVO DIVERSO ED IN LINEA CON LE CARATTERISTICHE DEL PRODOTTO O DEL SERVIZIO CHE SI DEVE COMUNICARE PER CONTO DEL COMMITTENTE.

LA SICUREZZA

SE LA REALIZZAZIONE DI UN EVENTO È SENZA DUBBIO IL MOMENTO DI MASSIMA ESPRESSIONE DELLA CREATIVITÀ E DELLE COMPETENZE PRODUTTIVE E ORGANIZZATIVE DI UN'AGENZIA, LA CAPACITÀ DI EFFETTUARNE UNA GESTIONE SICURA E COORDINATA È INNANZI TUTTO UN IMPEGNO ETICO.

LA CORRETTA APPLICAZIONE DEGLI ASPETTI DI COORDINAMENTO E COLLABORAZIONE, SANCITI NEL D.LGS. 626/94 (E SUE SUCCESSIVE MODIFICHE), È UN OBBLIGO GIURIDICO CHE OLTRE A GARANTIRE LA SALUTE E LA SICUREZZA DEL PERSONALE E DEL PUBBLICO PRESENTE ALL'EVENTO, GENERA UN AMBIENTE SERENO E TUTELATO, E COME TALE È UN ATTO DOVUTO VERSO IL CLIENTE COMMITTENTE.

LE AGENZIE DI EVENTI

PER GARANTIRE QUALITÀ E PROFESSIONALITÀ, UN'AGENZIA DI EVENTI DEVE PRESENTARE LE SEGUENTI DIVISIONI:

- COMMERCIALE;
- CREATIVA;
- PRODUTTIVA;
- AMMINISTRATIVA;

I PROFESSIONISTI

LE AGENZIE DI EVENTI RICHIEDONO PIÙ DI ALTRE PROFESSIONALITÀ PERFORMANTI E COMPLETE. ESPERIENZA E CONTINUO AGGIORNAMENTO SONO QUINDI INDISPENSABILI.

LE FIGURE NECESSARIE PER L'INTERO CICLO REALIZZATIVO DI UN EVENTO SONO:

- ACCOUNT
- PROJECT MANAGER
- LOCATION MANAGER
- ART DIRECTOR
- COPYWRITER/AUTORE
- VISUALISER
- REGISTA
- PRODUCER
- SCENOGRFO
- LIGHT DESIGNER
- ARCHITETTO
- VIDEOMAKER
- BUYER
- RESPONSABILE DELLA SICUREZZA

NATURALMENTE AVERE ALL'INTERNO PARTE DI QUESTE PROFESSIONALITÀ NON È UNA CONDIZIONE NECESSARIA MA RISULTA RASSICURANTE AGLI OCCHI DEL CLIENTE.



GRAZIANO MASCHERI CEO Sinergie.

GRAZIANO MASCHERI CEO Sinergie

FAI UN GESTO INCONSULTA

**BASTA ALLE GARE A 20.
BASTA AI TEMPI STRETTI.
BASTA ALLE GARE
SENZA RIMBORSI SPESA
E BASTA CON LE PRESENTAZIONI VIA EMAIL.
BASTA ALLE TUE IDEE
REALIZZATE DA UN ALTRO,
BASTA CON LE AGENZIE NON QUALIFICATE.
BASTA ALLE GARE CHE SI VINCONO
CON PROGETTI CHE POI NON SI REALIZZANO,
E BASTA CON QUELLE CHE SI PERDONO
SENZA CHE NESSUNO TE LO DICA.
SE VUOI CRESCERE E FAR CRESCERE IL NOSTRO SETTORE,
FAI UN GESTO DIROMPENTE:**

**ENTRA IN CONSULTA EVENTI
DI ASSO COMUNICAZIONE!**

LA DIRIGIDA DEI DECRETI DI ADOSSCOMUNICAZIONE E I DIRIGI DI RAPPRESENTAZIONE DALPUBBLICITÀ
MILANO PERI SPONDERE A DECRETI DEL COMITATO E RITAZIONE. MA NO. LA
DIRIGIDA E RITAZIONE SI EFFETTUANO E RITAZIONE LA QUALITÀ DI LAVORO DEL COMITATO ADESSCOMUNICAZIONE E
DIRIGIDA E RITAZIONE SI EFFETTUANO E RITAZIONE LA QUALITÀ DI LAVORO DEL COMITATO ADESSCOMUNICAZIONE E



PH: ASSOCOMUNICAZIONE E ASSO COMUNICAZIONE

SINERGIE
È ASSOCIATA ALLA
CONSULTA DEGLI EVENTI
DI ASSOCOMUNICAZIONE

AssoCOMUNICAZIONE

Associazione delle Imprese di Comunicazione

focus on Events

SINERGIE[®]
focus on passion

WWW.SINERGIE.ORG

T +39.02.762550.1
F +39.02.762550.50
E INFO@SINERGIE.ORG

P.LE GIULIO CESARE, 14
20145 MILANO
ITALY