



MyGRANT METAMORFOSI

***Come organizzare il mio
evento?***

Partners:

Arbeitskreis Ostviertel e.V. (DE)

VITECO e-learning (IT)

Polskie Gry Planszowe (PL)

Demokritos (GR)

Progetto:

2018-2-DE04-KA205-016979

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union



Tabella dei contenuti

	Introduzione	5
1	Come coinvolgere i giovani nello sviluppo di idee	6
1.1 L'importanza del coinvolgimento	6
1.2	... Consigli per coinvolgere i giovani nello sviluppo di idee	7
1.3 Trai ispirazione	9
1.4 Riferimenti	12
2	... Pianificazione e organizzazione di eventi	12
2.1 Passi necessari per pianificare un evento	13
2.2 Piccoli accorgimenti per grandi risultati	16
2.3 Trai ispirazione	17
3 Come ottenere fondi o attrezzature	19
3.1 Pianificazione del budget dell'evento	19
3.2 Metodi per ottenere fondi e strumenti	22
3.3 Trai ispirazione	26
4 Guidare una squadra con successo	27
4.1 La pianificazione	28
4.2 La fase di lavoro	32
4.3 Follow-up	33
4.4 Trai ispirazione	33

5	Promozione di eventi	35
5.1	promozione di eventi	35
5.2	Strumenti online	36
5.3	Persone	40
5.4	Strumenti offline	41
5.5	Tra ispirazione	42
5.6	Riferimenti	43
6	Conclusione	45

Introduzione

Gli eventi danno la possibilità di coinvolgere le autorità locali, sviluppare nuovi contatti e creare nuove partnership. Allo stesso tempo, gli eventi creano un'esperienza che fa conoscere e condividere la tua causa, ma ispira anche un senso di comunità tra il pubblico.

Di solito, quando si pensa all'organizzazione di un evento artistico o culturale, si pensa subito che sia necessario un budget elevato o un gran numero di sponsor per finanziarlo. In realtà, è possibile pianificare e realizzare un eccellente evento a basso costo e nelle prossime pagine avrete la possibilità di scoprire come fare!

Infatti, questa breve guida si rivolge agli animatori giovanili, ai volontari, alle associazioni di giovani con e senza background migratorio, e mira a fornire loro consigli pratici su come creare eventi artistici a basso costo senza perdere la qualità dell'evento.

Quelle che potrebbero sembrare limitazioni sono invece opportunità per allenare le capacità di risoluzione dei problemi, per scoprire nuove possibilità e formare nuove collaborazioni.

Ti guideremo passo dopo passo per pianificare, organizzare, ottenere fondi e promuovere il tuo evento.

All'interno di questa guida avrai la possibilità di trarre ispirazione dalle storie reali di associazioni o organizzazioni che hanno esperienza nell'organizzazione di eventi artistici multiculturali a basso costo e dai loro utili consigli.

"Le limitazioni vivono solo nella nostra mente. Ma se usiamo la nostra immaginazione, le nostre possibilità diventano illimitate".

-Jamie Paolinetti

Cominciamo!

1. Come coinvolgere i giovani nello sviluppo di idee

La partecipazione attiva ci dà il potere di influenzare il mondo che ci circonda e permette ai giovani di usare la loro creatività lavorando su attività comuni.

È importante che i giovani prendano l'iniziativa e abbiano il coraggio di far sentire la loro voce, perché questo permette loro di crescere, acquisire nuove competenze e diventare più forti.

In questo capitolo parleremo dell'importanza di coinvolgere i giovani nello sviluppo delle idee e vi daremo consigli pratici e suggeriremo possibili attività che potete fare per coinvolgere i giovani. Infine, potrete leggere la storia ispiratrice di PRISM - un'associazione in Sicilia che coinvolge i giovani in attività internazionali.

1.1. L'importanza del coinvolgimento dei giovani

I giovani hanno un potere straordinario che è estremamente importante incanalare correttamente, perché quando sono mal indirizzati o manipolati, possono generare una grande sofferenza sociale. I giovani sono inevitabilmente influenzati dal loro ambiente ed è importante che attraverso la partecipazione ad eventi, attività di volontariato e associazioni culturali, capiscano il valore della loro partecipazione attiva alla vita sociale.

Le voci dei giovani riflettono le esperienze individuali così come le somiglianze, in termini di prospettive e sfide, che attraversano i confini internazionali. Ancora di più, dimostrano l'intelligenza, la passione e il desiderio di cambiamento dei giovani.

Incoraggiando i giovani e facendo sentire la loro voce, è possibile farli crescere e responsabilizzarli. Se i giovani sono consapevoli che le loro opinioni contano, saranno più interessati a collaborare con la comunità, si interesseranno maggiormente ai problemi sociali e potranno essere più disposti a dare il loro essenziale contributo.

In questo senso, le associazioni giovanili, le associazioni di volontariato e gli eventi culturali sono fondamentali. Creano uno spazio in cui i giovani possono sentirsi sicuri e condividere i loro pensieri e le loro opinioni tra i loro coetanei senza la protezione di uno schermo, e soprattutto senza la paura di essere giudicati.

Ma vediamo insieme come creare questo spazio sicuro e come stimolare i giovani a sviluppare idee.

1.2. Consigli pratici per coinvolgere i giovani nello sviluppo di idee

1

◆ CREATE A POSITIVE AND SAFE ENVIRONMENT

È importante creare un ambiente sicuro in cui i giovani possano sentirsi a proprio agio nell'esprimere le loro idee. Si creerà un confronto costruttivo all'interno del gruppo, nessuno sarà giudicato per le sue idee. Un buon modo è **rompere il ghiaccio con un piccolo gioco iniziale**. Potete trovare giochi facili e divertenti nella sezione energizer del nostro manuale per animatori giovanili, Multimedia & Art for Social Inclusion.

2

◆ FARE SPAZIO ALLA CREATIVITÀ

Le migliori idee nascono dal pensiero creativo. La grande sfida per generare grandi idee è liberarsi dai pensieri convenzionali che occupano la maggior parte del tempo del tuo cervello.

Fornire ai giovani colori, penne, fogli, post-it, evidenziatori e tutto il necessario per liberare l'immaginazione e la creatività. Incoraggiare e favorire il pensiero creativo dei giovani perché è importante per sviluppare competenze essenziali per la vita quotidiana, come: **pensiero flessibile, risoluzione dei problemi, migliore comunicazione, capacità di lavorare in gruppo**.

Gli **esercizi di creatività** sono un ottimo modo per scoprire nuove idee e migliorare la creatività generale. Un esempio di esercizio è il cosiddetto Six Thinking Hats. È una strategia usata per valutare un prodotto o un'idea. In un gruppo, un individuo o un piccolo team "indossa" uno dei cappelli.

Quando si esamina l'idea in questione, ogni "cappello" mantiene la prospettiva assegnata:

- **Logica:** Il cappello logico rappresenta i fatti relativi al prodotto o all'idea.
- **Ottimismo:** Il cappello dell'ottimismo rappresenta le possibilità del prodotto o dell'idea senza barriere.
- **Giudizio:** Il cappello del giudizio affronta le sfide o i problemi con il prodotto o l'idea considerando il punto di vista opposto.
- **Emozione:** Il cappello dell'emozione rappresenta i sentimenti o le percezioni associate al progetto o all'idea.
- **Creatività:** : Il cappello della creatività introduce nuove idee o possibilità per l'idea o il prodotto.
- **Gestione:** Il cappello della direzione supervisiona la discussione e si assicura tutte le prospettive siano rappresentate.



3

◆ GUIDARE LA SESSIONE DI BRAINSTORMING

Il brainstorming è una tecnica di gruppo molto popolare per trovare idee basate su una creatività spontanea e non filtrata. Il metodo del brainstorming mira alla raccolta rapida e non filtrata di idee nella consapevolezza che **nessuno le criticherà o giudicherà**. Queste idee sono inizialmente raccolte senza giudizio o censura, per essere analizzate ed approfondite in seguito.

Alcune regole utili:

- **Nessuna critica, discussione o commento durante la sessione:** per evitare di disturbare o interrompere il flusso di idee. È importante che i giovani si sentano a loro agio nel condividere le loro idee senza la paura di essere giudicati.
- **Pensate in modo trasversale e lasciatevi ispirare.** Durante il brainstorming si possono esprimere idee indipendenti, ma può succedere che le idee siano collegate tra loro, a volte in modo insolito ed è allora che si sviluppano grandi idee!
- **Guida il brainstorming.** Il moderatore prepara l'introduzione. Presenta il problema o l'argomento in modo conciso e senza entrare troppo nei dettagli. Altrimenti potrebbe influenzare involontariamente le idee che seguono. Lui da qualche spunto di riflessione all'inizio e anche quando l'attività arriva inevitabilmente a un punto morto.
- **Coinvolgere tutti i partecipanti.** Tutte le idee sono necessarie e importanti. Rivolgete le domande a coloro che non hanno ancora parlato, ma senza stressarli se non hanno idee o non se la sentono di parlare.

1.3. Trai ispirazione

PRISM promuove l'eccellenza e la competenza professionale e imprenditoriale presente sul territorio, in particolare dei giovani, fornendo loro un valido supporto per la loro espressione a livello europeo e internazionale.

PRISM si dedica alla ricerca e alla formazione nel campo della cooperazione e dell'internazionalizzazione nonché alla promozione delle opportunità che queste attività offrono; in particolare, PRISM svolge un'analisi sia delle sfide comuni che dei punti di forza dei territori euromediterranei, progettando e promuovendo soluzioni e interventi condivisi.

In quest'ottica, PRISM ha realizzato progetti e fornito servizi di formazione, orientamento, promozione, sviluppo sui seguenti temi:

- Fenomeno migratorio
- Politiche sociali
- Protezione e promozione dei diritti umani
- Interculturalità e integrazione



Inoltre cooperano fortemente con i giovani migranti per raggiungere gli obiettivi previsti nei programmi ambiziosi come AMIF-Asylum Migration Integration Fund.

Data la varietà di argomenti e attività in cui sono coinvolti i giovani che entrano in contatto con PRISM, ci hanno offerto alcuni consigli utili che possono funzionare in modo trasversale:

1

◆ **FORNIRE UNA VARIETÀ DI ATTIVITÀ PER COINVOLGERE E MOTIVARE I GIOVANI**

Le attività motivazionali includono principalmente:

- Attività artistiche, che possono includere l'organizzazione di spettacoli
- Attività sportive
- Scambi e viaggi nazionali e internazionali di giovani
- Attività nella natura (per esempio, orto cittadino)
- Attività di cittadinanza attiva (per esempio legate all'ambiente locale)
- Altre attività di gruppo (ad esempio cucinare insieme, organizzare un evento)

Queste attività possono essere sviluppate in cooperazione con i servizi e le organizzazioni locali. Per esempio, le attività sportive possono essere sviluppate in cooperazione con i club sportivi locali, e i comuni possono promuovere la natura e le attività di cittadinanza attiva.

2

◆ **GARANTIRE ATTIVITÀ CHE PROMUOVANO LO SVILUPPO PERSONALE E SOCIALE**

Le attività motivazionali forniscono un luogo sicuro in cui i giovani possono passare il loro tempo. Inoltre, tali attività possono essere un forum per i giovani per aprirsi sui loro problemi e un'opportunità per il personale di offrire sostegno. Anche se fornite all'esterno, un ambiente di apprendimento formale così come le attività motivazionali devono stabilire obiettivi concreti ed essere guidate da professionisti (ad esempio, insegnanti, animatori, consulenti, ecc.). Tali attività mirano ad aiutare i giovani a conoscere meglio se stessi e ad interagire con gli altri, e dovrebbero per esempio promuovere la cooperazione e

la risoluzione dei conflitti. Questo rafforzerà la capacità degli studenti di affrontare le difficoltà o le sfide.

3

◆ COSTRUIRE RELAZIONI DI FIDUCIA TRA I GIOVANI E GLI OPERATORI GIOVANILI

Un fattore chiave per permettere ai giovani di avere successo nell'istruzione e nella formazione, è che gli adulti intorno a loro mostrino di credere nelle loro capacità e li sostengano nel raggiungimento dei loro obiettivi. Le attività motivazionali che riuniscono il personale e i giovani in un'attività informale possono aiutare i giovani a formare una relazione positiva con un membro del personale. Questo membro del personale potrebbe rivelarsi l'unico adulto con cui possono "connettersi" e che li motiva a lavorare per raggiungere una qualifica.

1.4. Riferimenti

<https://www.ionos.it/startupguide/produttivita/brainstorming/>

<https://ideadrop.co/innovation-strategy/top-10-activities-to-help-boost-your-creative-thinking/>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/creativity-exercise>

<https://www.inc.com/kevin-daum/7-ways-to-generate-great-ideas.html>

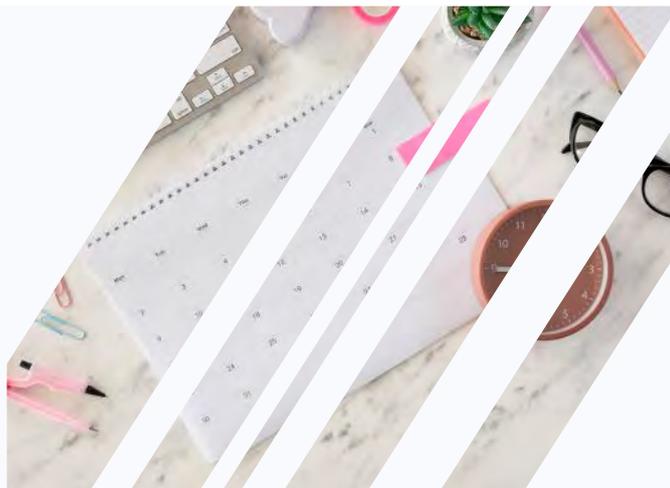
2. Pianificazione e organizzazione di eventi

Il segreto per creare il perfetto evento artistico a basso costo sta nella **pianificazione** e nel **duro lavoro**. Se siete disposti a mettere il cuore e l'anima in un progetto, in un modo o nell'altro, lo farete accadere, e la soddisfazione e la gioia vi ripagheranno.

In effetti, la pianificazione di un evento richiede una notevole quantità di tempo e di sforzi. Pianificare e organizzare un evento può

essere impegnativo, stressante e richiedere tempo, ma può anche essere divertente e un utile strumento per conoscersi e sviluppare la propria creatività. Ma non fatevi spaventare dall'enorme quantità di lavoro necessario, procedete per gradi e lavorate in team, e vedrete che tutto sarà più facile.

Scopriamo in dettaglio come!



2.1. Passi necessari per pianificare un evento

1

◆ STABILIRE SCOPI E OBIETTIVI REALI

Perché stai organizzando questo evento? Pensa a quali obiettivi vuoi raggiungere e a chi vuoi attirare al tuo evento.

Partite dal brainstorming e dalle idee proposte dei giovani - possono stupirvi con le loro idee. Infatti, per organizzare un evento, è necessario **avere un'idea**, che non deve necessariamente essere la migliore idea di sempre. L'importante è che sia il risultato di una visione ampia, che può essere sviluppata nel breve, medio e lungo termine, crescendo sempre di più.

Questo vi aiuterà a concentrarvi sul quadro generale durante la vostra pianificazione. Ma ricordate, gli scopi e gli obiettivi devono essere realistici! Nella pianificazione di qualsiasi evento, dovrete identificare una serie di obiettivi che sosterranno il vostro **scopo finale**. In questa fase è importante offrire dettagli chiave e indicare come raggiungerete i vostri obiettivi delineati.

2

◆ SCEGLI IL TUO PUBBLICO DI RIFERIMENTO

Parlare senza avere un pubblico interessato ad ascoltarvi è completamente inutile.

Il pubblico che volete raggiungere è strettamente legato all'obiettivo finale dell'evento. Sarà il pubblico a cui comunicherete il vostro messaggio durante l'evento.

Chi è il mio pubblico? Sono giovani? Qual è il loro background? Voglio un evento con un pubblico più ristretto e selezionato o un evento aperto a tutti, più siamo meglio è?

È importante porsi queste domande all'inizio, perché condizioneranno tutte le vostre scelte nell'organizzazione dell'evento.

3

◆ FISSARE UNA DATA

Selezionare la data ideale per l'evento è un aspetto intricato e importante. Quando si pianifica un evento, si dovrebbe considerare quanto segue:

- Datevi abbastanza tempo!
- Siate consapevoli delle festività nazionali e religiose.
- Controllate il calendario con gli eventi della zona.
- Evitare i periodi di vacanze scolastiche/lavorative.
- Prendere in considerazione il tempo/stagione.
- Controlla le date con i partecipanti chiave - relatori, presentatori, organizzatori.

Una volta fissata la data, puoi iniziare a prenotare tutto e pianificare le attività di promozione.

Ricordate che il periodo dell'anno ha un impatto significativo sulla volontà degli ospiti di partecipare a un evento.

4

◆ SELEZIONARE LA LOCATION

La selezione e il design della sede avranno un impatto significativo su tutte le componenti della pianificazione dell'evento e sulla sicurezza generale e il successo dell'evento.

Fattori da considerare quando si sceglie il luogo / sede:

- Opzioni **interne o esterne**. Per esempio, gli eventi all'aperto presentano i loro problemi, come il tempo e il rispetto delle restrizioni sul rumore all'aperto, assicurandosi che l'impianto audio possa essere sentito da tutti i partecipanti, ma all'esterno avete più spazio per le vostre attività.
- **Accessibilità**. Il locale ha ingressi e ascensori accessibili per tutti? La location ha l'accessibilità per i disabili? Ci sono bagni per entrambi i sessi? Ci sarà spazio per interpreti / musicisti / tavole rotonde? Questo e molti altri fattori entrano nella scelta di uno spazio in cui tutti i partecipanti si sentano a proprio agio.
- **Dimensioni**. Un evento per 50 persone avrà bisogno di uno spazio molto diverso da uno per 500 partecipanti.
- **Infrastrutture e trasporti**, come parcheggio e mezzi pubblici. C'è un parcheggio o è facile da raggiungere con il trasporto pubblico?
- **Sicurezza e protezione**. C'è tutto il necessario per garantire la sicurezza dei partecipanti?
- **Assicurazione**. Sarà necessario acquistare un'assicurazione separata? Quali sono le loro regole sulla responsabilità?
- **Connessione e audio**. Se il tuo evento ha bisogno di altoparlanti e microfoni, assicurati che sia facile installarli nello spazio disponibile. Lo stesso vale per l'accesso wifi (e le connessioni dei cellulari!), o qualsiasi altra necessità tecnologica del tuo evento.
- **Costi** – ad esempio, deposito o no.



5

◆ SELEZIONA I RELATORI E GLI OSPITI

Un evento è buono quanto i suoi oratori e i suoi ospiti. Sceglieteli di valore e, se possibile, ben noti, perché una persona popolare attira un pubblico più vasto. Infatti, un evento con un influencer o una persona nota, permette di raggiungere una condivisione maggiore e se si vuole inviare un messaggio attraverso l'evento, in questo modo è possibile diffonderlo ad un pubblico più vasto. Ma ricordate, gli ospiti devono essere **proattivi** e avere un'**energia positiva**. Possono avere tutto il talento del mondo, ma se non sono contenti di stare lì e non sostengono la causa dell'evento, nel loro intervento diffonderanno questa negatività.

6

◆ DEFINIRE L'AGENDA

Le linee temporali dell'evento sono rilevanti per monitorare i compiti, le responsabilità, le scadenze assegnate ad ogni membro che devono essere completate prima dell'evento.

Come parte di una completa e dettagliata linea temporale e agenda dell'evento, è essenziale considerare la possibilità che qualcosa vada storto. Quindi è importante tracciare un'agenda dettagliata e definire un piano B e anche un piano C. Per esempio, portare alcuni strumenti che possono essere suonati insieme nel caso in cui l'impianto audio non funzioni. Da un problema può nascere un momento di condivisione e divertimento.

2.2. Piccoli accorgimenti per grandi risultati

◆ RIDURRE IL CATERING MA NON RINUNCIARE AL RINFRESCO

Una delle prime spese da tagliare quando si pianifica un evento a basso costo è il catering. Questo non esclude l'offerta di un rinfresco ai partecipanti. Il cibo è un momento importante di condivisione. A maggior ragione, se nel tuo gruppo o nella tua organizzazione ci sono persone provenienti da diverse regioni, puoi preparare dei piatti tipici da offrire gratuitamente o con una piccola spesa, il che ti permetterà di autofinanziare l'evento. Puoi scoprire di più su come ottenere fondi nel prossimo capitolo.

◆ **APPROFITTATE DEGLI SPAZI PUBBLICI O CITTADINI**

Di solito, quando si organizza un evento, la location è il costo più elevato. Prendi in considerazione gli spazi pubblici e comunali. Contatta le istituzioni locali presentando il tuo evento e mostrando il suo valore. Possono offrirti grandi spazi gratuitamente o a basso costo. Anche per gli spazi pubblici, chiedi sempre il permesso delle autorità locali per organizzarvi il tuo evento.

◆ **LIBERA LA TUA FANTASIA E CREATIVITÀ**

Anche se state organizzando un evento a basso costo, non significa che non possa essere un evento bello e di valore. Pensa in modo diverso e libera la tua immaginazione! Con carta, colori e creatività, puoi decorare lo spazio e renderlo più accogliente e allo stesso tempo puoi divertirti mentre lo prepari.

2.3. Trai ispirazione



[Mine Vaganti NGO \(MVNGO\)](#) è un'organizzazione no-profit fondata in Sardegna nel 2009, i cui servizi comprendono l'educazione e la formazione, la progettazione e lo sviluppo di progetti, la ricerca tematica, la mobilità internazionale e la consulenza - nei settori dei giovani, degli adulti, dell'educazione e dello sport.

MVNGO promuove il dialogo interculturale, l'imprenditorialità sociale, l'inclusione sociale attraverso lo sport, l'educazione formale e non formale, compresi i target svantaggiati come i migranti e le persone con disabilità.

MVNGO ha organizzato numerosi eventi pubblici, attività e incontri nel centro storico di Sassari con lo scopo di coinvolgere i giovani NEET (che non studiano e non lavorano) locali, permettendo loro di conoscere le opportunità europee e di combattere la disoccupazione e molti di loro ora lavorano in MVNGO o collaborano con loro.

Un altro scopo della MVNGO è quello di favorire l'integrazione sociale e culturale dei migranti.

“Nella nostra esperienza, è sempre importante è **pianificare attentamente il budget**. Quindi, la prima cosa da fare, se hai un bu-

budget basso, è **trovare presto una location**, perché probabilmente sarà la voce più grande del budget. Quando scegliete la sede, potreste anche considerare di organizzare il vostro evento in date meno popolari e questo potrebbe farvi fare un buon affare. Prima di prenotare un locale, assicuratevi di visitarlo e che la situazione logistica non renda l'organizzazione più difficile.

Lo stesso vale per i costi di trasporto, il cibo e le bevande. Pensate davvero se avete davvero bisogno che le persone viaggino in un luogo diverso o se potete riuscire a rimanere nelle vicinanze. Per quanto riguarda il cibo, non pensate troppo in grande. Dovrebbe essere buono ma non necessariamente troppo sofisticato.

Un'altra cosa che potresti fare per risparmiare è trovare delle alternative al materiale stampato, e la **tecnologia può essere il tuo più grande alleato** in questo senso. Puoi pubblicizzare il tuo evento online e stampare meno manifesti e volantini, per esempio.

In generale, una buona cosa da ricordare è che meno siete flessibili riguardo le idee e gli elementi del vostro evento, più sarà difficile ottenerli con un budget limitato. Forse quello che vi viene offerto gratuitamente o a un costo inferiore non è esattamente quello che volevate idealmente, ma fa comunque il suo lavoro? Può essere meno elegante ma serve comunque alla funzione, quindi vi fa risparmiare soldi che potete spendere in qualcos'altro.

Pensate anche a **riciclare gli oggetti** invece di prenderne di nuovi per ogni evento. Per esempio, se hai bisogno di una scenografia o di uno striscione, puoi progettarlo o farlo progettare e costruire in modo tale che possa essere riutilizzato, cambiando solo alcune parti o niente del tutto.

Infine, ottieni il meglio dai programmi di volontariato. **Coinvolgi i volontari nel tuo evento**, perché sono un buon modo per ottenere manodopera extra e supporto per te e il tuo team. In cambio, hanno solo bisogno della giusta guida e/o di qualche benefit, come l'ingresso gratuito o l'accesso alla conferenza, concerti, o qualsiasi cosa al contrario di essere solo un normale partecipante o non esserci.

Essere in grado di organizzare un bell'evento ti fa sempre sentire felice di ciò che hai realizzato. Alla fine della giornata, **il duro lavoro paga**. Essere in grado di vedere tutto ciò che hai pianificato svolgersi davvero, ti dà un'**incredibile sensazione di orgoglio e realizzazione**.

Certo, potreste avere qualche problema durante il processo di pianificazione, ma se avete pianificato bene, questi sono solo problemi minori che possono essere risolti in poco tempo.

Hai lavorato duramente per pensare, gestire e dirigere l'evento e quando è finito, non ti resta che **congratulari con te stesso e la tua squadra per il risultato** e cogliere l'occasione per valutare l'evento, tutti i pro e i contro, per continuare a migliorarti e organizzare un evento ancora più riuscito in futuro.

3. Come ottenere fondi o attrezzature

Per pianificare e organizzare un evento è importante ottenere finanziamenti e strumenti adeguati per la sua realizzazione. A volte, anche la migliore idea e il progetto da realizzare dipendono dalle risorse che si possiedono. Per questo motivo, in questa parte della guida si possono trovare i modi in cui si possono ottenere i fondi e le attrezzature adeguate per l'evento pianificato.

La pianificazione delle attività di ricerca di risorse può essere la chiave, perché quando si riconoscono le diverse opzioni, si sa meglio come diversificare compiti e fondi. Grazie alle informazioni acquisite e documentate - è possibile pianificare le spese più importanti. Sai cosa è necessario - elementi senza i quali l'evento non avrà luogo. Allora è più facile attirare potenziali sponsor, partner, organizzazioni e amministrazione pubblica.

Un compito importante nel processo di pianificazione è la scelta adeguata delle risorse e degli strumenti. Questo capitolo presenta alcune proposte tra cui scegliere. Considera l'approccio più appropriato per te, perché in ogni paese ci sono diversi modi per ottenere fondi e, soprattutto, ogni evento è diverso e in base a questo cambiano anche i fondi e le attrezzature necessarie.

3.1. Pianificazione del budget dell'evento

Ottenere i fondi e rispondere alla domanda "Come ottenere fondi e attrezzature?" dovrebbe iniziare come la pianificazione del budget di un evento. Per pianificare meglio il budget di un evento, è necessario rispondere ad alcune domande importanti, come: quali

sono i costi specifici, per esempio - pubblicità, strumenti necessari, volantini, catering, microfono, illuminazione ecc. Quali potrebbero essere le entrate dell'evento? Avrò un sostegno? Quali costi sono necessari?

Prima di cercare opportunità di finanziamento c'è una lista di cose da considerare per definire meglio quali sono i fondi necessari e come ottenerli.

- Qual è l'idea?
- Quali sono i compiti specifici?
- Qual è il budget richiesto?
- Sono previsti profitti finanziari?
- Quali sono gli altri profitti previsti (non materiali)?
- Stima - tutte le spese vanno divise tra quelle evitabili e quelle inevitabili.
- Sono richieste prenotazioni, permessi, licenze?
- Possono apparire spese inaspettate, per esempio spese di locazione, trasporto e altro?
- Quali sono i potenziali sponsor?
- La pubblicità è necessaria?
- È possibile collegare il vostro evento con altre attività, come festival o eventi locali?
- Quali sono i valori culturali e sociali derivanti dall'evento?

Una volta delineato meglio l'evento da organizzare, è possibile prevedere tutte le spese potenziali dell'evento pianificato.

Qui sotto puoi trovare una lista di spese che potresti dover affrontare durante l'organizzazione di un evento. Non farti spaventare da questa lunga lista! È solo un esempio di spese possibili. Hai la possibilità di scegliere le tue priorità e di conseguenza le spese necessarie. Quali spese si applicano al tuo evento?

Possibili spese da considerare:

- POSIZIONE: • affitto • pulizia • assicurazione
- RISTORAZIONE: • cibo e bevande • servizio • volontari
- TRASPORTI: • trasporto dei partecipanti e delle attrezzature • visite supplementari in loco • finanziamento del trasporto locale o biglietti gratuiti
- SCENOGRAFIA: • elementi di decorazione come l'illuminazione • attrezzature supplementari - mobili, tavoli, sedie
- MULTIMEDIA: • illuminazione • suono • costi di produzione video • fonico • tassa SIAE per la musica
- STAMPA: • inviti • volantini, manifesti, striscioni
- REGALI: • costo del regalo • costo del pacchetto
- ATTRAZIONI: • influencers • animazioni • attrazioni aggiuntive • annunciatore
- ANNUNCI: • all'aperto • internet, radio ecc.
- COSTI DI PRODUZIONE E PERSONALI: • event manager • subappaltatori • fotografo / cameraman.
- ALTRO: • Tutte le altre spese che non rientrano in nessuna categoria

Un piano concreto con un obiettivo ben definito e fattibile e la familiarità del budget ti danno la strada giusta per rendere possibile il tuo evento.

3.2. Metodi per ottenere fondi e strumenti

Una volta definito meglio il budget necessario, è il momento di capire come ottenere fondi e strumenti per il tuo evento. Avete diverse possibilità, come ad esempio:

- A. *Sovvenzioni*
- B. *Sponsors*
- C. *Partenariato: autorità locali/statali*
- D. *Attività creative*



A. **Sovvenzioni e donazioni**

A seconda del tema dell'evento, si può considerare di fare domanda per una donazione del governo statale o locale. In primo luogo, è consigliabile cercare le sovvenzioni che coincidono con le attività culturali e interculturali. In secondo luogo, si dovrebbe cercare nelle banche dati di Internet, a livello della città locale, o del paese, o anche dell'Unione europea. È anche una buona idea cercare le informazioni presso l'Ambasciata, dove il dialogo interculturale è solitamente sostenuto.

Ricorda che cercare la sovvenzione giusta e fare domanda può richiedere molto tempo. Può richiedere diverse settimane o anche diversi mesi. Ma, alla fine, la sovvenzione acquisita permetterà di finanziare l'evento pianificato, a volte anche senza costi personali. In alcuni casi si può anche essere in grado di ottenere aiuto nella compilazione della domanda da un esperto, ad esempio gratuitamente.

B. Sponsors

Il tema della sponsorizzazione è degno di nota perché molti eventi sono stati resi possibili grazie al collegamento di un'idea con un'istituzione / azienda / individuo che la sostiene. La sponsorizzazione può assumere molte forme:

- **ottenere un sostegno finanziario** in cambio del diritto di apporre un logo sugli articoli dell'evento o sul sito web
- **supporto in prodotti e servizi**
- **acquisire un media partner**, che pubblicizzerà l'evento in cambio di essere menzionato durante l'evento.

Trovare uno sponsor per l'evento pianificato è forse l'opzione più popolare ed efficace. Tuttavia, richiede preparazione e risposta ad alcune domande che possono sorgere, per esempio - quante persone parteciperanno all'evento? Qual è il piano di marketing? Che tipo di gruppo sarà?

Quando decidete di cercare sponsor per il vostro evento, ricordate che è importante partire da regole, piani e informazioni chiare. Sii ben preparato quando presenti te stesso e il tuo evento al potenziale sponsor, in modo che lo sponsor possa capire il tuo valore e allo stesso tempo quanto la sua azienda, associazione o istituzione, guadagnerà partecipando al tuo evento.

Come trovare uno sponsor?

- Guardati intorno**, forse una scuola locale, un'azienda, un'organizzazione, o anche un tuo amico può diventare uno sponsor.
- Cerca su internet**, ci sono strumenti specifici per la ricerca di uno sponsor, come SponsorMyEvent, dove le organizzazioni cercano sponsor e gli sponsor cercano eventi.
- Cerca **eventi simili** a quello che stai organizzando e guarda attentamente chi li ha aiutati e chi era lo sponsor. Cerca sponsor della tua area, è molto più facile trovarli localmente. Avrai un vantaggio sugli altri che si avvicinano allo stesso sponsor, perché condividete lo stesso obiettivo.



L'importante è che queste tre cose agiscano in armonia l'una con l'altra - lo sponsor, il pubblico di riferimento, l'evento.

Restringi le tue opzioni di candidatura agli sponsor i cui valori sono strettamente legati a quelli del tuo evento. In questo modo, sarai in grado di concentrarti su quelli che sono importanti e possono avere successo. Ricordati anche di esaminare il tuo evento e scoprire se c'è qualcosa di unico, perché questo può incoraggiare il potenziale sponsor a partecipare al tuo evento. Scrivi una buona proposta, in cui includi le giuste informazioni su ciò che ti rende degno di fiducia. Di cosa tratta l'evento? Che tipo di pubblico attirerà? I dati chiave - numero di partecipanti, statistiche dei social media ecc. Puoi usare dei modelli gratuiti di proposta di sponsorizzazione dell'evento (vedi bibliografia: *Modello di proposta di sponsorizzazione*).

C. **Partners**

Simile alla sponsorizzazione, il partenariato permette di ottenere più facilmente dei fondi e di ridurre i costi. Grazie allo scambio puoi ottenere nuove possibilità per il tuo evento, come catering, locali, strumenti, materiali, pubblicità, alloggio.

Partnership con organizzazioni comunitarie



Le organizzazioni comunitarie di solito si concentrano su questioni sociali che promuovono l'integrazione e le relazioni sociali. Tali organizzazioni possono dare un contributo considerevole nell'organizzazione

del vostro evento, perché possiedono risorse, come i fondi per l'acquisto di articoli necessari al gruppo, ad esempio carta per i volantini, cibo per i volontari e altri materiali - articoli, impostazione della conferenza ecc. Inoltre, la loro esperienza e le loro competenze possono essere una risorsa utile per l'organizzazione e la gestione dell'evento. A volte le organizzazioni hanno personale qualificato, che può abilmente aiutarvi nell'organizzazione dell'evento, disegnando volantini accattivanti, contattando i media o la loro rete o possono fare molte altre cose utili.

Autorità locali

Le autorità locali possono sostenere le iniziative di varie organizzazioni. Presentando idee e iniziative concrete si può contare sull'aiuto del governo locale. Dovresti informare sugli eventi in programma, organizzare incontri con le autorità locali per ottenere il loro riferimento e sostegno.

Le autorità locali di solito sono pronte a sostenere eventi interculturali e artistici perché:

- rafforza la comunità;
- promuove la crescita economica;
- promuove il turismo nelle vicinanze

Per acquisire fondi dagli enti locali è una buona idea approfittare di cose come (secondo il paese): Piano strategico di eventi (attuale); Portafoglio annuale di eventi (organizzato dal consiglio); Fondo di eventi contendibili.

D. **Attività creative:**

Molte attività saranno diverse l'una dall'altra, per questo potrebbe essere necessario **pensare fuori dagli schemi**. Certamente, in tutti gli eventi sarebbe utile usare la propria creatività. In questo processo dimenticate le soluzioni da manuale e create qualcosa di nuovo, che mostrerà il valore dell'iniziativa.

Usa la tua immaginazione per presentare e promuovere il tuo evento, per esempio, una lettera interessante, una poesia, un video.

Strumenti che puoi usare:

Crowdfunding

Questo tipo di finanziamento sta diventando sempre più popolare e diffuso. Dà una grande opportunità per la pubblicità e le attività promozionali dell'evento. A volte aiuta a verificare come la gente reagisce e come gli piace l'idea data. È un modo eccellente per coloro che fanno i primi passi per ottenere finanziamenti per i loro

eventi o attività più sperimentali. È uno strumento che ti permette di pianificare e promuovere un'idea, caricando vari media - foto e video.

È importante, prima di mettere fuori le tue idee, prendere nota di quale delle opzioni disponibili è la più adatta al tuo gruppo target. Puoi iniziare il tuo test con le piattaforme più grandi, come [Kickstarter](#) o quelle specializzate in eventi, come [Eventbrite](#).

Angels of Business

Dietro questo nome si nascondono persone e organizzazioni interessate alle opportunità di investimento. Piattaforme come Angelsden e Fundingpost possono aiutare a stabilire contatti a livello personale o altri eventi legati all'evento pianificato.

Competitions

Cercate concorsi, che mostreranno le vostre attività (specialmente quelle insolite), per esempio, l'innovazione nell'implementazione e l'integrazione dei partecipanti all'evento, il dialogo interculturale ecc.

3.3. Trai ispirazione

Vorrei chiedervi come ottenere finanziamenti e strumenti per organizzare un evento.

Hai organizzato qualche evento del genere in cui sei riuscito a farlo senza, per esempio, alcuna attrezzatura o spendere troppo? Potresti raccontarcene uno e come l'hai ottenuto?

“Nel 2014, insieme al mio amico, ho deciso di organizzare il Festival del Teatro Ucraino “Est-Ovest”.

Avevamo 4 team dall'Ucraina, ma non avevamo né l'organizzazione, né le fonti o altre risorse.

In primo luogo, abbiamo fatto amicizia con il Centro Giovanile di Cracovia, che ha agito come organizzatore nella prima edizione del Festival (e più tardi e fino ad oggi sono co-organizzatori).

Poi, su raccomandazione del Centro Giovani, ci siamo rivolti all'Università e al Rettore, che ci hanno anche sostenuto. Sono ancora oggi partner del Festival.

Il festival continua fino ad oggi e ora ha il sostegno del Comune di Cracovia, del Ministero della Cultura e del Patrimonio Nazionale e di molti altri partner”.

4. Guidare un team con SUCCESSO

Questo capitolo descrive come guidare e accompagnare un gruppo di **lavoro interculturale e volontario** nella pianificazione, realizzazione e conclusione di un **evento** interculturale e multimediale con un programma artistico colorato e un **budget limitato**.

Il numero di team con diversità interculturale sta aumentando in tutto il mondo - la globalizzazione ci fornisce decine di esempi di questo ogni giorno. Basta guardare i giocatori di una squadra di calcio, il cast e la squadra di un film, o semplicemente concentrarsi su quante lingue diverse si sentono parlare al supermercato. Lavorare in gruppi interculturali non solo porta molti benefici, ma pone anche nuove richieste ai manager, come sviluppare la sensibilità culturale, superare i conflitti interculturali, considerare l'interazione diversificata e incoraggiare la cooperazione sviluppando il "pensare fuori dagli schemi" interculturale. Come team leader, la conoscenza culturale, l'apertura e la competenza sono necessarie affinché un gruppo interculturale si identifichi con successo come una squadra.

Quando si guida una squadra di volontari, si raccomanda che i team leader assumano un **ruolo di sostegno**. Un team leader che lavora in un ruolo di sostegno percepisce i bisogni individuali dei membri del team, li controlla, li sostiene e li sollecita. L'obiettivo è quello di creare un'atmosfera in cui i membri del team possano lavorare in modo indipendente, ma trovino sempre aiuto nell'inquadramento, nello scopo e nella progettazione.

Un buon leader:

- promuove lo spirito di squadra e la coesione del team
- incoraggia tutti i membri del team a contribuire con opinioni e idee
- ha un orecchio aperto per tutti i membri del team
- comunica in modo chiaro e trasparente
- delega i compiti in base ai punti di forza
- crea e permette il divertimento sul lavoro.



Come si possono implementare queste linee guida nella gestione di eventi interculturali con i volontari?

4.1. La pianificazione

Il punto di partenza: potresti essere un insegnante in una scuola, un assistente sociale in un centro giovanile o un membro del personale di un'istituzione ecclesiastica. Hai una squadra di volontari con diversi background e caratteristiche e insieme vorresti organizzare un evento interculturale e multimediale.

La pianificazione si basa su due elementi fondamentali: da un lato, avete un insieme fisso e chiaramente definito di compiti da svolgere per assicurare il successo dell'evento. Dall'altro lato, si ha una squadra che deve svolgere questi compiti nel modo più efficace possibile. La sfida è riunire questi due elementi.

Iniziamo con i compiti che devono essere riuniti dalla direzione del team in un primo passo. Ogni evento porta con sé un insieme

fisso di compiti, il cui nucleo non lascia molto spazio alla creatività, come un piano finanziario. Tuttavia, il percorso verso ogni compito dovrebbe essere progettato nel modo più individuale e divertente possibile. A seconda della situazione in cui si sta organizzando l'evento, può essere possibile guardare agli eventi che hanno già avuto luogo e al materiale di pianificazione ancora disponibile.

I seguenti compiti dovrebbero essere presi in considerazione durante la pianificazione:

- **Il formato o il focus del contenuto**

Domande chiave: Sarà un concerto, una lettura, una serata culturale colorata, un workshop? Si svolgerà online e/o offline? Qual è il suo titolo? A quale gruppo target si rivolge?

Idealmente, le circostanze permetteranno al team di sviluppare da solo l'idea di base del format con il supporto del team leader, al fine di promuovere un alto grado di identificazione!

- **La pianificazione spaziale e temporale**

Domande chiave: L'evento avrà luogo in un luogo specifico? Quali requisiti tecnici deve soddisfare il luogo? In quale data e a quale ora? Ci sono eventi concorrenti nello stesso momento? Il luogo e l'orario sono adatti al gruppo target?

Qui è un vantaggio conoscere la zona o la location come leader e lasciare che il team faccia ricerche e discuta insieme. Il leader dovrebbe agire come correttore durante la discussione e nel processo decisionale, accogliere il maggior numero possibile di suggerimenti in modo positivo e dare sempre ragioni comprensibili per eventuali rifiuti.

- **Pianificazione del bilancio**

Domande chiave: Quanto denaro è già disponibile in totale? Quali fonti di reddito possono essere generate considerando le possibilità, ad esempio donazioni, sponsorizzazioni, concorsi, biglietti d'ingresso, vendita di bevande? Quali costi fissi si possono prevedere? Quali costi variabili si possono affrontare?

La pianificazione del budget è importante e spesso si rivela un compito noioso per un team di volontari. Il leader dovrebbe quindi assumere a questo punto una funzione di controllo particolarmente forte e, a seconda della pro-

pria esperienza, fornire molte linee guida concrete o fornire direttamente esempi concreti (reali!) di piani di budget (ad esempio da eventi passati).

- **Pubblicità e stampa**

***Domande chiave:** Quale pubblicità piace o raggiunge le persone? Quali misure pubblicitarie si possono permettere? Quali possibilità per il design del materiale pubblicitario sono note e possono essere utilizzate? Come raggiungiamo la stampa? Quando informiamo la stampa e pubblichiamo la pubblicità?*

Questo compito comporta molto spazio per il design creativo. I testi devono essere scritti, si devono creare disegni di stampa e digitali. Forse anche piccoli video pubblicitari o podcast possono essere prodotti? Soprattutto quando il gruppo target e il team sono vicini, l'istruttore può contare molto sull'energia creativa e l'esperienza del team e fare un passo indietro.

- **Acquisizione di artisti**

***Domande chiave:** Qual è l'obiettivo dell'evento e quali artisti si cercano? Dove si trovano gli artisti? Cosa si può offrire loro? Quale impressione generale deve trasmettere l'evento?*

Anche qui, il team può agire molto liberamente, soprattutto se l'intera idea dell'evento proviene da loro. Poiché si tratta di un piccolo evento con un budget limitato, il leader dovrebbe chiarire quanto brevi possano essere le distanze: Gli artisti locali di solito possono essere raggiunti interamente attraverso i loro canali di social media o conoscenti. Fatti concreti come le possibili tasse e le questioni legali dovrebbero essere chiariti dal project manager in anticipo e discussi con il team.

- **Catering e decorazione**

***Domande guida:** Che tipo di rinfresco attende i visitatori, gli artisti e il team dell'organizzazione? Come dovrebbe essere progettata la location? Dove si possono ottenere tali servizi e materiali ad un prezzo ragionevole?*

Mentre la decorazione lascia di nuovo molto spazio alla libertà creativa e al lavoro a basso costo, il catering è una questione seria e solitamente costosa. Qui, il leader dovrebbe valutare l'esperienza e le conoscenze del team o altrimenti assicurarsi che vengano presi contatti con attività locali: c'è forse un panificio, un supermercato o una pizzeria che vorrebbe sponsorizzare un piccolo evento?

Una volta definiti i compiti di base, spetta al leader organizzare e preparare il team. Il primo passo è avere un'idea precisa dei compiti, che dovrebbero rappresentare realisticamente (e motivatamente!) il carico di lavoro e i requisiti. I compiti poco attraenti possono essere resi appetibili dal fatto che di solito richiedono una responsabilità speciale e possono essere un'opportunità di successo per lo sviluppo personale e anche professionale.

Per assicurare il progresso in ogni area di compito, almeno due persone dovrebbero lavorare su ogni compito, con una persona a cui viene sempre data la responsabilità principale. È bello che il gruppo si organizzi in modo appropriato, ma l'esperienza mostra che questo non sempre funziona completamente e alcuni compiti sono occupati da troppo poche o troppe persone. In questo caso sono necessarie le abilità diplomatiche del leader. Inoltre, i punti di forza e i desideri e le opportunità di sviluppo di tutte le persone coinvolte dovrebbero essere presi in considerazione. Questi possono essere promossi lavorando con nuovi partner o lavorando in campi di attività precedentemente sconosciuti. Quando si dividono i gruppi, il leader dovrebbe anche assicurarsi che ci sia un mix adeguato all'interno un gruppo misto con diversi background ed esperienze (particolarmente utile per i compiti creativi) e i benefici di un lavoro omogeneo (soprattutto per quei compiti che richiedono maggiore accuratezza). Il leader dovrebbe riconoscere le differenze culturali nella cooperazione e sensibilizzare la squadra ad esse.

Un esempio concreto dalla pratica che si verifica spesso è quello dei membri del team che non sono portati nello scrivere testi. Se non sono affatto interessati alla scrittura, allora non ha senso che si occupino del lavoro di stampa. Tuttavia, se questi vogliono migliorare le loro capacità di scrittura, il leader dovrebbe lasciare che la persona lavori insieme ad un altro esperto per garantire la qualità dell'evento e il progresso di apprendimento di quella specifica persona.

Per ottenere buoni risultati, i membri del gruppo devono sentirsi a proprio agio con la quantità di lavoro. Come nella vita lavorativa, i volontari non dovrebbero mai essere sovraccaricati, ma non dovrebbero nemmeno annoiarsi perché non vengono sfidati abbastanza. Tuttavia, la quantità di lavoro dovrebbe essere più o meno la stessa per tutti i partecipanti in modo che tutti si sentano trattati equamente. Quando si pianifica un evento questo a volte è difficile, perché i diversi compiti in ogni fase non hanno la stessa intensità. Al fine di prevenire emozioni negative nel tempo, il leader deve comunicare questo fatto apertamente e mantenere una buona visione d'insieme e, se necessario, formare piccoli gruppi di



due o tre per ottenere un carico di lavoro uniforme per tutti i membri del team. Durante la fase di pianificazione, il leader dovrebbe osservare costantemente i processi di lavoro ed essere sempre presente per domande e ambiguità. Se si scopre che un'area di lavoro sta attualmente progredendo lentamente, ci si dovrebbe sedere con il team, identificare i problemi e fornire nuove opzioni di azione. I piccoli gruppi possono anche variare se ad un certo punto non funzionano bene. Il leader deve essere aperto ai problemi della squadra, non solo a livello professionale, ma anche sociale.

4.2. La fase di lavoro

Poco prima dell'evento il carico di lavoro raggiunge il suo massimo. Non tutti possono lavorare bene sotto la pressione del tempo. Il supervisore dovrebbe essere in grado di calmare i membri del gruppo insicuri o stressati e naturalmente essere la prima persona di contatto in ogni piccolo gruppo per risolvere i problemi. I compiti finali durante l'evento devono essere discussi di nuovo, perché ci sono squadre in aree di lavoro che non hanno più niente da fare durante l'evento, come il gruppo che ha creato e distribuito il materiale pubblicitario. Tuttavia, l'evento porta nuovi compiti - tra cui l'acquisizione di artisti, la decorazione e il catering così come il supporto tecnico e della stampa per l'evento. Nel caso di un budget limitato, il team di pianificazione può assumersi da solo molti compiti come il catering e le decorazioni. C'è la possibilità di cercare sponsor e di organizzare e supervisionare lotterie come una tombola. Per organizzare i premi per la lotteria si dovrebbe entrare in contatto con diversi negozi, aziende, rivenditori e ristoranti. Oltre a mettere insieme i premi, occuparsi della lotteria comporta molto lavoro. Tutti i prezzi devono essere elencati e numerati, i lotti devono essere preparati e venduti e alla fine i prezzi vengono distribuiti. Di solito è una lunga giornata quando si deve fare così tanto da soli, ma comunque il team organizzativo deve potersi godere il risultato finale.

Questo richiede un'**allocazione competente del tempo e dei team**. Il team organizzativo deve essere diviso in turni per rimanere in forma. Anche chi dirige dovrebbe avvicinarsi al team, non solo osservare e guidare il lavoro, ma anche aiutare ad affrontare i compiti e dare un feedback positivo, poiché la pressione che un evento porta con sé è di solito molto faticosa per la squadra. Durante l'evento, ogni membro della squadra dovrebbe avere una breve pausa in cui si può guardare il programma o si può partecipare a un'attività. Anche un'operazione di pulizia alla fine dell'evento non dovrebbe essere prolungata e dovrebbe essere effettuata dal leader nella sua funzione di modello di ruolo. La serata si conclude

con un discorso di ringraziamento in modo che tutto il team possa lasciare l'evento con una buona sensazione.

4.3. Follow-up

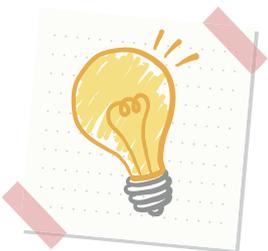
Ci dovrebbe essere un momento per raccogliere i feedback dopo l'evento. Questo può avvenire come una sessione di gruppo, ma si possono anche tenere discussioni individuali - a seconda del tempo disposizione. Il feedback in forma di sessione dovrebbe anche offrire la possibilità di un breve discorso personale. Durante la sessione di feedback si chiariscono le domande aperte e si raccoglie tutto ciò che è andato bene o male. È utile tenere traccia dei feedback ricevuti in forma scritta in modo da evitare possibili errori negli eventi futuri.

L'informazione centrale e più utile che un gestore di eventi può trarre dal feedback è il **punto di vista di un volontario**. Qui sotto potete leggere alcuni pensieri di un volontario che ha partecipato con altri volontari all'organizzazione di un evento interculturale in una casa circondariale in Germania.

4.4. Trai ispirazione

“All'inizio tutto sembra un po' surreale. **Ora dovrei organizzare da solo un evento completo con un centinaio di visitatori?** Non so nemmeno come si fa! Naturalmente, tutti intorno a te lo sanno. Ecco perché ti viene subito data una mano e una lista di controllo di domande importanti. Chi e cosa devo organizzare, dove e quando?”

I primi giorni sono eccitanti. Improvvisamente hai un sacco di responsabilità e ti è permesso di fare tutto da solo, come vedi. Naturalmente, hai anche molte domande, ma le persone intorno a te possono quasi sempre risolvere i tuoi dubbi e così passi da domande a risposte a nuove idee. Dopo questa fase molto eccitante l'abitudine si insinua lentamente. Hai già scritto qualche email, scelto qualche elemento da ordinare e ora hai una prima idea di come potrebbe essere l'evento finito. Quindi ora è il momento di rimanere sintonizzati. Telefonare dopo gli artisti o gli sponsor, controllare i contratti, discutere la scaletta con tutti i partecipanti più e più volte. È molto eccitante essere a così stretto contatto con le persone che si esibiranno in seguito. Tu stesso sei un contatto importante per queste persone e sai tutto di tutto. A volte no, ma anche questo va bene. Naturalmente, gli errori possono accadere e anche se suona molto banale, è la verità: si impara dai propri



errori. Solitamente nessuno si arrabbia per questo, voglio dire, lo stiamo facendo per la prima volta! Anche la dinamica del gruppo cambia nel corso dell'organizzazione. Si nota chi è bravo in cosa, chi trova i compiti più facili e chi si diverte a fare qualcosa. È così che il gruppo si divide in aree di responsabilità quasi per caso e ognuno si occupa delle proprie attività.

Poi a un certo punto arriva la fase critica. L'evento si avvicina sempre di più e spesso sorgono sempre più domande irrisolte. Cose molto piccole a cui prima non si pensava. A questo punto può essere più stressante, ma almeno per me personalmente non ci sono mai state perplessità. Se vuoi pianificare un evento devi essere coinvolto fino a un certo punto e stare dietro alle decisioni che prendi. Potrebbe non essere perfetto alla fine, ma va bene anche così. Alla fine, la cosa più eccitante che ho trovato è stata andare io stesso a questo evento (purtroppo non come visitatore) e vedere come tutto ciò a cui hai lavorato per diversi mesi è stato realizzato. Naturalmente, questo è anche associato a molto stress. Le piccole lacune di cui parlavo prima? Sì, possono anche attirare l'attenzione il giorno stesso. Allora si può correre avanti e indietro e cercare di ripararle. Ma anche qui, c'è una squadra dietro di te. Tutti, compresi gli artisti, per esempio, vogliono che la giornata abbia successo.

Con il senno di poi, sei prima di tutto stanco. Ma più ne parli, più ti rendi conto che ce l'hai fatta davvero e puoi essere molto orgoglioso di te stesso e di tutte le persone coinvolte.

Riassumendo, **posso dire che si sta partecipando a qualcosa di grande**. Si ottiene una quantità incredibile di **responsabilità** ed è semplicemente una **bella sensazione** poter fare qualcosa che ha preso forma solo di recente nella nostra mente. Come tutto nella vita ci saranno alti e bassi, ma penso che sia questo che rende l'intera esperienza così diversificata ed eccitante. Ultimo ma non meno importante, si cresce incredibilmente con questo compito e si può portare molto con sé per la vita. Io per esempio ho imparato bene a improvvisare e in generale a pianificare meglio. E se puoi uscire da un'esperienza con queste parole, è stata sicuramente un'esperienza che ti ha arricchito e quindi ben riuscita.

Quindi, a cosa bisogna fare attenzione quando si organizza un evento con dei volontari? Penso che il punto più importante sia la distribuzione dei compiti. Bisogna considerare i punti di forza e gli interessi di tutti in modo che nessuno si senta svantaggiato. Poi, ognuno controlla e concorda con l'altro. Molti compiti sono interdipendenti, così che devo fidarmi dell'altra persona per agire secondo il piano e bisogna lavorare insieme verso l'obiettivo. Infine, naturalmente, che bisogna dare una mano ai volontari se si

nota che non stanno andando da nessuna parte e sono arrivati a un punto morto. Penso anche che con i tutor si dovrebbe lavorare insieme fino a un certo punto per creare una sensazione di coesione e non come un "loro ci danno i compiti e noi dobbiamo fare tutto da soli! Non è male anche prendersi il tempo di lavorare con i volontari su compiti difficili invece di spiegarli e poi lasciarli di nuovo a sé stessi. Questo va di pari passo con l'aver sessioni tra un compito e l'altro per chiedere specificamente quale compito è stato fatto e se c'è bisogno di aiuto. È semplicemente importante che tutti collaboriamo e la vediamo in questo modo".

5. Promozione di eventi

Gli eventi interculturali possono avere un ruolo importante nel costruire ponti tra i giovani migranti e le comunità locali. Organizzare un evento di questo tipo, però, può rivelarsi un compito impegnativo, soprattutto se si considera che, nonostante il fatto che i finanziamenti in questo settore siano aumentati, sono ancora inadeguati per l'organizzazione di eventi su larga scala. Inoltre, la mancanza di sostegno politico e pubblico rende ancora più difficile per gli animatori giovanili raggiungere i loro obiettivi. Questa guida si rivolge agli operatori giovanili e ai volontari e fornisce un elenco dettagliato di modi convenienti e strumenti pratici per promuovere con successo un evento interculturale verso l'inclusione e l'integrazione dei giovani migranti e/o non-migranti.

5.1. Promozione di eventi

La promozione dell'evento comprende tutti gli sforzi fatti per commercializzare con successo un evento. L'obiettivo della promozione dell'evento è quello di ampliare il numero di persone che sono a conoscenza dell'evento e di conseguenza di aumentare la partecipazione in termini di numero di iscrizioni o vendite di biglietti. È importante costruire l'anticipazione e l'eccitazione 3-6 mesi prima che l'evento abbia luogo. Sviluppa una forte strategia pre-evento che aumenterà la consapevolezza e le registrazioni dei biglietti. Questa è la tua occasione per spiegare perché vale la pena partecipare al tuo evento e incoraggiare le persone a registrarsi. Evita di scegliere date popolari come Natale o il Ramadan.

Attraverso un piano di promozione efficace puoi far conoscere l'evento e creare una catena di passaparola, per far sì che i tuoi so-

stenitori spargano la voce per te. Come voi lo dite a più persone, loro lo diranno a più persone, e così via.

Nel mondo di oggi, gli strumenti online sono chiaramente il modo migliore per commercializzare qualsiasi evento con qualsiasi budget. Non solo è economico promuovere un evento online, ma può essere estremamente efficace. Per esempio, attraverso l'uso dei social media, vi troverete a connettervi con il pubblico in modo molto diretto, personale ed efficace. Inoltre, il marketing FOMO è un'ottima tecnica per aumentare la partecipazione ad un evento. "FOMO" sta per Fear Of Missing Out, un trigger psicologico a cui gli esseri umani non possono fare a meno di rispondere.



Durante la tua campagna promozionale, usa frasi accattivanti con un approccio gamificato e incoraggia il tuo pubblico a salvare la data dell'evento. Un altro aspetto a cui pensare è la lingua che userete per promuovere un evento multiculturale. Puoi usare la tua lingua e l'inglese per tutte le informazioni dell'evento e usare la lingua più parlata dal tuo pubblico di riferimento per tradurre le informazioni chiave dell'evento (nome, slogan, data e luogo).

I principali modi di promuovere un evento sono gli strumenti online, il coinvolgimento delle persone e gli strumenti offline.

Il marketing digitale ha molti vantaggi rispetto agli strumenti offline e al materiale stampato per promuovere un evento. Il vantaggio principale è che un pubblico mirato può essere raggiunto in modo economico e misurabile. Pertanto, la tendenza per promuovere un evento con un basso budget, che si rivolge principalmente ai giovani, è "Go Digital"!

5.2. Strumenti online

1

◆ SCEGLI UN NOME ACCATTIVANTE PER L'EVENTO

Al fine di attirare i partecipanti, è necessario trovare un bel nome che catturi la loro attenzione e susciti il loro interesse. Il giusto nome dell'evento può rafforzare il tuo marchio, trasmettere la tua mission e aiutare le persone a trovarti.

2

◆ CREA UN LUOGO PER IL TUO EVENTO

Se stai cercando di creare una prima impressione accattivante, un logo per eventi ben progettato è la strada giusta. Puoi creare il logo del tuo evento usando strumenti online gratuiti come Canva. Scegli solo una o due caratteristiche distintive come un colore fluorescente e mantieni il resto del design minimalista.

3

◆ COSTRUIRE UN SITO WEB PER GLI EVENTI

Al giorno d'oggi, è molto facile costruire un sito web da zero con un piccolo costo per il nome di dominio e il servizio di web hosting. WordPress è uno dei modi più economici e convenienti per costruire il tuo sito. Puoi anche usare un template specifico per l'evento per creare un sito più accattivante. Assicurati che il tuo sito includa il nome, la data, l'ora e il luogo dell'evento (aggiungi una mappa con un pin sul luogo dell'evento), la sua timeline e i servizi a disposizione. Puoi creare un banner con le informazioni di base dell'evento e il suo logo che le persone possono condividere se vogliono diffondere l'evento. Inoltre, potresti includere dei pulsanti call-to-action (CTA) in modo che le persone possano registrarsi al sito web, comprare i biglietti per l'evento e iscriversi alla lista email per ricevere notizie su questo o su eventi futuri. Tutti gli annunci e le notizie sull'evento saranno anche caricati sul sito web. Puoi usare foto professionali gratuite (per esempio da <https://unsplash.com/>, <https://stocksnap.io/>, ecc.) per rendere il sito web più attraente. Usa l'ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) e installa Google Analytics, perché possono aiutare il tuo sito a essere trovato online e a monitorare il successo del tuo marketing.

4

◆ CREA UN HASHTAG PER IL TUO EVENTO

Scegli un hashtag intelligente in modo che risalti o che sia ovvio, così che se la gente cercasse di indovinarlo, riuscirebbe facilmente a trovarlo. Deve essere relativamente breve, ma unico. Prima di scegliere l'hashtag dell'evento, controlla due volte che non ci siano significati nascosti dietro di esso o che sia già usato da un gruppo a cui non vuoi essere collegato. Iniziare una campagna speciale di hashtag prima del tuo evento è un ottimo modo per monitorare il coinvolgimento e la portata.

5

◆ CREA UN EVENTO SULLA TUA PAGINA FACEBOOK E USA FACEBOOK FRAME

Organizza un evento sulla tua pagina Facebook e condividi le informazioni sull'evento per creare un'anticipazione. Quando

le persone interagiscono con la tua pagina, Facebook lo comunicherà ai loro amici. Assicurati che la tua scheda "Eventi" sia una delle prime schede sulla Timeline della tua pagina su Facebook desktop. Facebook fornisce anche agli utenti la possibilità di personalizzare la loro immagine del profilo Facebook, le foto della pagina e le storie con cornici. È possibile creare cornici per eventi che i partecipanti possono utilizzare per far sapere alle loro connessioni di Facebook dove si trovano quando pubblicano storie o aggiornano temporaneamente la loro immagine del profilo. Da questa funzione, è possibile ottenere visibilità per il vostro evento.

6

◆ **UTILIZZARE GOOGLE DATA HIGHLIGHTER**

Data Highlighter è uno strumento per webmaster per insegnare a Google lo schema dei dati strutturati sul tuo sito web. Basta usare Data Highlighter per etichettare i campi di dati sul tuo sito con un mouse e Google presenta i tuoi dati come rich snippet sulle pagine dei risultati di ricerca.

7

◆ **IMPOSTA UN GEOTAG DELL'EVENTO PER INSTAGRAM**

Per aiutare i partecipanti a diffondere la parola del tuo evento su Instagram puoi creare un geotag per esso. Questo permetterà ai partecipanti di aggiungere il tuo evento come luogo del loro post su Instagram. In questo modo il tuo evento avrà una pagina di esplorazione della location e le persone potranno sfogliare tutti i post di Instagram taggati con il geotag del tuo evento.

8

◆ **PROMUOVERE L'EVENTO ATTRAVERSO ALTRI SOCIAL MEDIA (SNAPCHAT, TWITTER, PINTEREST)**

Dal momento che il tuo evento è rivolto ai giovani, è consigliabile raggiungerli attraverso i loro canali preferiti. Le generazioni più giovani vogliono informazioni veloci e accessibili. Non hanno tempo da dedicare a promozioni lunghe e dispendiose. Snapchat è un modo ideale per raggiungere questo pubblico e impegnarsi con loro. Fai un Geofilter dell'evento e un conto alla rovescia giornaliero per l'evento, al fine di costruire l'eccitazione del pubblico.

Twitter è il luogo dove la gente va per tutte le notizie, gli aggiornamenti e le tendenze e promuovere il tuo evento nel modo giusto è importante quando si tratta di aumentare la consapevolezza.

Pinterest è uno strumento potente per far scoprire i tuoi contenuti e connetterti con il tuo pubblico di riferimento. Il successo della promozione di un evento attraverso Pinterest inizia e finisce con i pin che pubblichi e le schede che crei. Puoi creare dei pin che presentino il luogo, il cibo, l'intrattenimento, le attività e qualsiasi evento simile che hai organizzato in passato. Dato che Pinterest è un motore di ricerca, è saggio includere parole chiave rilevanti nei tuoi pin. Questo aiuterà anche il tuo evento a posizionarsi su Google.



9

◆ **ATTIVARE LA CONDIVISIONE SOCIAL**

Assicurati di avere capacità di condivisione social sul tuo software di registrazione, in modo che le persone possano condividere la loro partecipazione al tuo evento e attrarre più persone.

10

◆ **CONDIVIDERE INFORMAZIONI NELLE COMUNITÀ ONLINE**

Per aumentare l'interazione, puoi cercare delle comunità online dove i tuoi partecipanti ideali possono essere trovati e condividere con loro le informazioni sul tuo evento.

11

◆ **CREARE UNA CAMPAGNA E-MAIL**

Usate le mailing list della vostra organizzazione per annunciare il vostro evento, per ricordare ai potenziali partecipanti di "salvare la data" e chiedere loro di diffonderlo. Non sottovalutate il potere di una grande mailing list perché è provato che è ancora il canale digitale più efficace là fuori. Siate creativi con i font, la grafica e le immagini, in modo che le e-mail siano accattivanti con testi semplici. Inoltre, usa il logo dell'evento che hai creato. Si tratta di una campagna di email, quindi il follow up è necessario, ma non esagerare con il follow up e i promemoria perché il tuo pubblico potrebbe chiedere di cancellarsi. Dividi le liste di email in categorie e crea campagne email che parlano a quei gruppi più piccoli con messaggi più mirati. Questo è reso più facile con le piattaforme di email marketing come MailChimp.

12

◆ **CREARE ADESIVI DIGITALI PER IL CONTO ALLA ROVE-SCIA DELL'EVENTO**

A great way to build anticipation is by creating digital stickers marking the days left for the event and sharing them through social media and the website.

13

◆ **CREARE PODCAST E FRAMMENTI DI VIDEO SULL'E-VENTO**

Ci vuole molto meno sforzo per ascoltare un podcast che per scorrere un newsfeed. Puoi creare podcast sull'evento con interviste ai partecipanti, spiegando perché è importante partecipare all'evento. Il video è anche un ottimo modo per mostrare davvero alle persone cosa possono aspettarsi dal tuo evento. Includere foto e video di eventi precedenti, o illustrare ciò che verrà, può ispirare entusiasmo e portare a più iscrizioni. Puoi creare frammenti di video, caricarli su YouTube e condividerli attraverso i social media.

5.3. Persone

1

◆ **CHIEDI ALLA TUA RETE PERSONALE**

A volte puoi avere amici, familiari o persone con cui hai una stretta relazione di lavoro che sono interessati a partecipare. Quindi, considera la tua rete e avvicinati a coloro che pensi possano essere interessati.

2

◆ **CHIEDI AGLI ARTISTI DI ESIBIRSI DURANTE IL TUO EVENTO**

Chiedi agli artisti di presentare il loro lavoro durante il tuo evento volontariamente o con un piccolo compenso e condividi la loro futura partecipazione con il loro pubblico abbastanza presto. Alcuni artisti hanno follower molto seri e sapere che si esibiranno al tuo evento può incoraggiare i fan a partecipare anche se ne sanno poco.

3

◆ **INVITARE GIORNALISTI LOCALI E GRUPPI LOCALI**

Puoi contattare i giornalisti e le organizzazioni locali e invitarli a partecipare all'evento. Spiega loro l'importanza dell'evento e perché dovrebbero coprirlo e partecipare. Puoi offrire loro uno stand gratuito nel luogo dell'evento, per pubblicizzare il loro lavoro.

4

DARE PASS GRATUITI E/O OFFERTE EARLY BIRD

Date a sponsor, espositori e venditori dei pass gratuiti e/o offerte early bird, sconti e buoni in modo che possano dividerli con i loro migliori clienti o invitare colleghi e amici. Incoraggiate a restituire il favore chiedendo loro di condividere l'evento e aiutare con il passa parola. Si è scoperto che le tariffe early bird sono la tattica più efficace per aumentare le vendite dei biglietti. Se la gente pensa di fare un affare, è più probabile che lo condivida con gli altri.

5

DARE INCENTIVI AI VOLONTARI

Chiedete alle persone di offrirsi volontarie al vostro evento e offrite loro libero accesso a tutte le aree, cibo e bevande gratis, magliette gratis e l'opportunità di parlare con i partecipanti all'evento.

6

TRASFORMA I TUOI PARTECIPANTI IN AMBASCIATORI DELL'EVENTO

Convinci i tuoi partecipanti a diffondere la parola e incoraggiali a promuovere l'evento ai loro amici usando attivamente gli hashtag dei tuoi social media.

5.4. Strumenti offline

1

STAMPARE VOLANTINI E MANIFESTI

I media stampati possono ancora essere un modo efficace per raggiungere certi tipi di pubblico e comunità. Esplora le opportunità di avere manifesti in un evento simile che piace al tuo pubblico di riferimento e metti volantini in luoghi strategici, come il luogo dell'evento, centri di informazione turistica e snodi di trasporto. Molti negozi ti permetteranno di mettere gratuitamente un poster o un annuncio all'interno del loro negozio, il che può rivelarsi particolarmente vantaggioso per gli eventi locali.



2

◆ **CREARE CARTELLI TEMPORANEI**

Crea dei cartelli che conducano facilmente le persone al tuo evento o al tuo locale. Possono essere fatti con qualsiasi cosa, compresi cartone economico o materiali riciclati. Fai solo attenzione a non manomettere la segnaletica esistente o confondere i tuoi ospiti e rimuovili dopo.

3

◆ **PUBBLICIZZARE L'EVENTO ALLA RADIO**

È improbabile che tu riesca ad andare su qualche stazione radio nazionale, ma potresti essere sorpreso dalle opportunità che le stazioni radio locali possono offrire. Fai un brainstorming di idee per la promozione prima dell'evento e anche il giorno stesso.

5.5. Trai ispirazione

Abbiamo parlato con una rappresentante di una piccola azienda di marketing che si occupa dell'organizzazione di conferenze e le abbiamo chiesto consigli e intuizioni su come promuovere con successo un evento con un budget limitato. Questo è quello che ci ha detto:

Organizzare e ospitare un evento può sempre rivelarsi un processo difficile, che richiede molta energia e impegno da parte di tutte le persone coinvolte. Il marketing (promozione) di un evento può rivelarsi una questione più complicata, poiché la promozione di un evento richiede originalità e una prospettiva fresca per produrre risultati fruttuosi e riuscire a coinvolgere le persone. Il semplice invio di mail dirette al tuo pubblico non è più sufficiente e prima o poi le persone perderanno interesse e/o vorranno cancellarsi dalla tua lista di e-mail. Cerca di differenziarti adottando una strategia di promozione che si distingue e che incuriosisca il tuo pubblico.

Una strategia che abbiamo elaborato e che si è rivelata vincente è stata quella di usare il contenuto come mezzo principale per coinvolgere le persone, mescolato con una sottile ma efficace strategia di email, nonché alcuni strumenti online gratuiti per rendere la promozione dell'evento un'esperienza in qualche modo interattiva.

In primo luogo, abbiamo inviato un'e-mail con una semplice domanda. Così, invece di annunciare semplicemente l'evento, abbiamo focalizzato la nostra introduzione al nostro pubblico potenziale con un po' di "mistero" nel tentativo di incuriosirlo. Quello che abbiamo svelato è stato il logo dell'evento, che è un elemento



molto importante della vostra strategia promozionale, in quanto le immagini rimangono con le persone perché possono connettersi a loro più facilmente. Abbiamo cercato di rendere la domanda il più intrigante possibile e abbiamo fornito una serie di possibili risposte tra cui scegliere. Dopo aver scelto una risposta, sono stati indirizzati al sito web dell'evento dove è stata fornita loro la risposta corretta...

La seconda email ha cercato di comunicare un contenuto più emotivo, contando sul presupposto che catturerà l'attenzione delle persone abbastanza facilmente. Per esempio, potete collegare una breve storia interessante con uno dei vostri partecipanti chiave per presentarlo. Per maggiori informazioni, i tuoi lettori dovranno cliccare sul pulsante Call to Action che li indirizzerà al sito web dell'evento.

La terza e-mail può essere più diretta per coinvolgere attivamente il tuo pubblico e fornire informazioni più cruciali sull'evento. Non sottovalutate il potere di un po' di mistero e/o di un contenuto accattivante anche qui. Cerca di rendere il tuo contenuto coinvolgente ma anche relativo all'evento e alla sua portata.

Questa strategia ha una buona probabilità di ottenere il risultato desiderato in quanto sfrutta l'elemento del mistero e la Fear of Missing Out (FOMO) che sono entrambi strumenti psicologici molto potenti. Inoltre, molto probabilmente farà una buona impressione sui destinatari di queste e-mail in quanto fornisce valore e uno sguardo nuovo su come promuovere un evento.

Ultimo ma non meno importante, è essenziale iniziare a promuovere il tuo evento nel momento in cui hai un'idea di base di come sarà. L'impegno precoce nella promozione del tuo evento ti dà il vantaggio di tempo per eseguire una campagna più lunga che può potenzialmente raggiungere più persone.

5.6. Riferimenti

Andreia Henriques, Nadine Lyamouri – Bajja, "Step-by-Step together: Support, Tips, Examples and Possibilities for youth work with young refugees"

- Retrieved from: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47261953/Fl-NAL+step+by+step+together_reduced_size.pdf/8103c431-afc3-f978-9117-20776950bedf

Laura Bacinskiene, Justina Garbauskaite-Jakimovska, "Integrating refugees through youth work activities"

- Retrieved from: <https://ec.europa.eu/migrant-integration/?action=media.download&uuid=A37B8410-C20A-C37A-495762D3B9205FF9>

Andreia Henriques, "Guidelines on working with young refugees and migrants: Fostering cross-sectoral cooperation"

- Retrieved from: <https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262325/FINAL+Guidelines+working+with+young+refugees+and+migrants.pdf/08d37000-706d-2a06-ae51-6b1e43752bb6>

<https://www.eventmanagerblog.com/market-your-event-with-no-money>

<https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-create-facebook-event-frame-instagram-event-geotag-and-snapchat-event-filter/>

<https://www.eventbrite.co.uk/blog/how-to-advertise-an-event-ds00/>

<https://www.eventmanagerblog.com/event-promotion>

<https://everwall.com/blog/four-ways-market-event-shoestring-budget/>

<https://www.eventbrite.com/blog/4-fast-ways-to-promote-an-event-on-facebooks00/>

<https://support.google.com/webmasters/answer/2774099>

<https://optinmonster.com/fomo-marketing-examples-to-boost-sales/>

<https://www.socialtables.com/blog/event-planning/how-to-name-an-event/>

<https://www.akvertise.com/how-to-use-pinterest-to-promote-your-event/>

<https://blog.bizzabo.com/tips-for-twitter-event-promotion>

<https://www.eventbrite.com/blog/event-video-examples-ds00/>

<https://blog.bizzabo.com/event-planning-podcasts>

<https://20bedfordway.com/news/snapchat-event-marketing/>

<https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-digital-marketing>

Conclusione

Organizzare un evento artistico a basso costo richiede molta pianificazione ma anche un pensiero creativo e fuori dagli schemi. Fortunatamente, i giovani sono pieni di energia e se hanno gli strumenti giusti possono essere una risorsa preziosa per organizzare il tuo evento.

Basso costo non significa necessariamente bassa qualità. Le possibilità che hai sono illimitate, devi solo guardare nella giusta direzione. Inoltre, la tecnologia sarà la tua alleata nell'organizzazione e promozione dell'evento e in questa guida ti abbiamo mostrato alcune piattaforme e strumenti online che puoi usare, ma questi sono solo alcuni della moltitudine di strumenti che puoi trovare su internet.

E ricorda, non sei solo. Lavora con il tuo team e collabora con altre organizzazioni perché uniti si è forti, divisi si cade.

Ora tocca a te! Trai ispirazione dalle storie reali e dai suggerimenti che ti abbiamo dato e organizza il tuo evento artistico!

Il sostegno della Commissione europea alla produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione del contenuto, che riflette esclusivamente il punto di vista degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni ivi contenute.

Progetto: 2018-2-DE04-KA205-016979 2018-2-DE04-KA205-016979



Come organizzare il mio evento?

Partners:

AKO | Germania



PGP | Polonia



Demokritos | Grecia



VITECO | Italia



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of European Union