

# Trofeo Città di Desio, dietro le quinte di un evento



Il Trofeo Città di Desio è una manifestazione consolidata, che si ripete da ventisei edizioni, nella prima quindicina del mese di febbraio, con un numero di iscritti compreso tra 400 e 500 a seconda delle diverse edizioni, che ogni anno prevedono un diverso numero e diverse tipologie di gare, suddivise per categorie di età e specialità schermistica. Un evento di portata nazionale, con partecipanti provenienti in numero minore anche dall'estero, Svizzera e Francia soprattutto, gestito da un Comitato Organizzatore Locale (C.O.L.) che fa capo alla Scherma Desio s.r.l. ed è composto da un numero variabile di persone, tra i 10 e i 15 addetti alle diverse mansioni prima, durante e dopo l'evento, cui si aggiungono i medici e i soccorritori di servizio, i fotografi, i tecnici delle armi e gli addetti all'installazione delle strutture e fino a 14 tra Arbitri e Direttori di torneo.

Il *target di pubblico* della manifestazione, che è senza fini di lucro, è l'atleta che vi partecipa, con una finalità aggiunta di promozione e diffusione della Scherma sul territorio.

*Pianificazione, implementazione e wrap-up* sono i passaggi chiave attraverso cui si snoda l'intero ciclo di vita dell'evento, che si sviluppa in circa 7 mesi di lavoro.

Nel mese di luglio viene pianificata la manifestazione, con la scelta delle gare da includere nell'edizione annuale e la formulazione di orari e *programma delle gare*, in base alle statistiche numeriche per categoria, in modo da equilibrare numero previsto di partecipanti e corretto svolgimento delle competizioni, evitando "colli di bottiglia" e ritardi nell'alternarsi delle gare. Una simulazione delle tempistiche di svolgimento viene effettuata con un apposito algoritmo computerizzato per la taratura degli orari di appello e di inizio gara, prima di ufficializzarne il programma, che viene poi inviato alla Federazione Italiana Scherma ed ai suoi organi territoriali per la necessaria approvazione e l'inserimento nel calendario ufficiale federale. La *calendarizzazione* della data di svolgimento è il punto chiave delle autorizzazioni federali e richiede una valutazione preliminare delle possibili sovrapposizioni con altre gare nazionali e locali, nonché la verifica della disponibilità dell'impianto nelle date prescelte: una fase,

questa, che si protrae all'incirca fino alla metà del mese di agosto, con la attesa per la definizione dei calendari delle competizioni nazionali e regionali e la negoziazione dei necessari accordi con gli altri organizzatori di competizioni nel territorio regionale, secondo principi di equa suddivisione delle risorse del Comitato regionale lombardo, organo territoriale cui la Federazione demanda i rapporti con i C.O.L. per le gare locali.

<<Ogni anno trovare spazio nel calendario è un gioco che mette a dura prova le capacità diplomatiche e gestionali del Comitato Organizzatore: bisogna saper adattare il programma per ritagliarsi uno spazio senza perdere di vista il numero di partecipanti>>



A partire dal mese di settembre, accanto alla prosecuzione dell'iter procedurale necessario per le autorizzazioni locali relative all'uso dell'impianto con gli Enti territoriali, viene redatto il *piano di marketing* e *fund-raising*, con l'individuazione delle risorse necessarie e la presentazione della visione, mission con obiettivi e valori aggiunti della manifestazione, che culmina nella redazione del pamphlet divulgativo con l'individuazione dei temi di promozione sportiva e di solidarietà sociale, che costituiscono la parte più rilevante del valore promozionale dell'iniziativa.

Il mese di ottobre è legato alla redazione della bozza del *progetto grafico* per il materiale informativo e pubblicitario, mentre solitamente nel mese di novembre vengono attivate e gestite le procedure amministrative di richiesta patrocinio agli organi regionali e provinciali, nell'ambito del fund-raising, a chiusura della pianificazione strategica.

Sempre in novembre prende concretamente vita il piano di comunicazione; viene rinnovato e attivato il sito internet dedicato all'iniziativa ([www.schermadesio.com/trofeo](http://www.schermadesio.com/trofeo)), sul quale è presente un report giorno per giorno delle attività del Comitato Organizzatore e viene diffuso l'evento sulle piattaforme social, Facebook e Twitter in testa, con la dicitura "Road to Trofeo Città di Desio" per creare coinvolgimento e partecipazione degli stakeholders all'atmosfera della manifestazione. Vengono inoltre definiti gli

accordi di collaborazione con le associazioni ONLUS per le iniziative connesse al Trofeo di Solidarietà, correlato all'evento sportivo principale.

Con dicembre si entra invece nella fase più propriamente di *implementazione* operativa, con la valutazione e la scelta dei gadgets e sussidi alimentari per i partecipanti, nonché la definizione e la commessa di premi e coppe per le diverse gare e categorie, in base al budget stanziato per ogni capitolo di spesa. Vengono stipulati gli accordi di agenzia per il servizio fotografico, il servizio d'ordine e sicurezza, inviate le richieste di polizia amministrativa, S.U.A.P., A.R.E.U. e Commissione Comunale di Vigilanza per l'agibilità della struttura. Viene redatto il piano di allestimento per le infrastrutture mobili, pedane di schermo e accessori per lo svolgimento delle gare, con l'assegnazione dell'appalto alla ditta specializzata Eurofencing, partner tecnico del C.O.L. e leader nel settore dell'allestimento gare. Vengono stipulate e diffuse le convenzioni alberghiere ad uso dei partecipanti che provengono da più lontano e per i quali i fattori servizi, trasporti, ristorazione e logistica sono di fondamentale impatto sul benessere e piacevolezza dell'esperienza di partecipazione.

In gennaio, ad un mese esatto dall'evento, vengono diffusi oltre 1000 inviti, rivolti ai 400 Club schermistici di tutta Italia ed agli oltre 600 tra Tecnici e operatori specializzati presenti nella mailinglist aggiornata, controllata e verificata di anno in anno appositamente per l'occasione, con un ulteriore check indirizzo per indirizzo con contatto telefonico sui messaggi "returned mail to sender". Autorità cittadine e federali vengono invece coinvolte con inviti ad-hoc. Contestualmente a questa fase finale e capillare del *piano di comunicazione*, viene attivata la procedura di iscrizioni on-line per le gare, affidata al computerista del G.S.A. regionale, organo federale di rappresentanza del settore arbitrale, designato per la gestione in loco delle competizioni con la convalida e l'eventuale integrazione delle convocazioni dei Presidenti di giuria che assicureranno l'arbitraggio nei due giorni di gara.

Solitamente, a due settimane dall'evento, il team operativo, per entrare in atmosfera e acquisire la necessaria intesa, "si riscalda" con l'organizzazione e gestione di un *evento di portata minore*, che si svolge nella sede societaria con un numero ristretto di partecipanti, nell'ambito del "Campionato Intersala", altra manifestazione sempre promossa ed organizzata dalla Scherma Desio.

<<Oltre il 65% del volume delle iscrizioni si ha nelle ultime due-tre ore dalla deadline di chiusura. Sono le ore più importanti, nelle quali tutto sembra accelerare all'improvviso, proiettandoti al culmine dell'evento.>>

Nella settimana che precede l'evento viene costantemente *monitorato* ora per ora il numero degli iscritti, per verificare l'adeguatezza delle strutture predisposte, tra le quali le più sensibili al variare dei numeri sono il servizio bar e la distribuzione dei gadgets ai partecipanti, nonché il numero

di pedane allestite e arbitri convocati. E' sempre pronto un piano di intervento nel caso di un afflusso di partecipanti superiore al previsto. In particolare, in questo periodo così ravvicinato all'evento, è costante l'impegno del team nella gestione delle richieste e risposte via email e telefoniche, per venire incontro alle esigenze dei partecipanti, fornendo tutte le necessarie indicazioni sul programma gare e la logistica.

✘ Il venerdì pomeriggio, a poche ore dall'inizio della prima gara, prende il via la fase conclusiva di predisposizione delle strutture e verifica operativa dell'*implementazione* di tutti i dettagli, con l'impiego contemporaneo di tutti i membri dello staff organizzativo, che per due giorni trasferiranno le strutture di supporto amministrativo e gestionale del C.O.L. presso il palazzetto dello sport sede dell'evento. Trasporto delle attrezzature, montaggio dei desk e degli stand, allestimento del campo gara e dell'impianto di diffusione audio, sound-check e test delle comunicazioni radio, che saranno di fondamentale importanza durante l'intero arco di svolgimento della manifestazione, per l'efficienza dello staff nel risolvere prontamente ogni problema ed esigenza di atleti e spettatori,



sono i punti chiave di un lungo pomeriggio, che culmina infine in tarda serata con l'ultimo briefing pre-gara e i *controlli di qualità*.

<<I microfoni wireless non funzionavano bene. Collegando con del filo di ferro le antenne alle ringhiere in metallo del palazzetto, la ricezione è migliorata del 70% risolvendo il problema.>>

Durante il sabato e la domenica lo staff lavora senza sosta, sul posto dalle 6.00 di mattina fino alle 21.00, per un nuovo



controllo dopo la fine della prima giornata. La corretta suddivisione dei ruoli e dei compiti permette solo qualche momento di pausa a ciascuno, in un ritmo organizzativo intenso, nel quale la gestione delle piccole emergenze ed imprevisti fa spesso la differenza. Le premiazioni di ciascuna competizione si susseguono nel corso della giornata, piccoli eventi nell'evento, con un *protocollo cerimoniale* orchestrato dall'addetta specificamente preposta a questo ruolo, con l'aiuto

dello speaker: la visibilità e l'immagine hanno in questi momenti un valore importante per gli sponsor e le autorità presenti, ma anche e soprattutto per gli atleti partecipanti, che meritano un'esperienza appagante nel momento culminante della loro gara.

Al termine dei due giorni, in poche ore l'impianto viene "*decommissionato*" e restituito alla sua funzione originaria, con lo staff ancora impegnato nello smontaggio di tutte le attrezzature e delle aree funzionali, prima di concedersi un momento di festa per il lavoro svolto.

Un evento riuscito crea però interesse anche *dopo la sua chiusura* ed è per questo che nel ciclo di vita di una manifestazione l'interesse dei media si misura soprattutto quando cala il sipario. Nella fase di *debriefing e valutazione* viene redatto un report gestionale utile alle future edizioni, con il bilancio economico entro una settimana dalla conclusione, ma soprattutto, a più lungo termine, il bilancio complessivo della manifestazione in termini di risposta del pubblico e dei partecipanti. Gli articoli di cronaca ed i servizi dei telegiornali locali vengono censiti e raccolti, insieme al monitoraggio delle preferenze espresse dagli utenti sui social, dove classifiche, fotografie e video opportunamente diffusi continuano a riscuotere interesse e fondano i presupposti della partecipazione alla prossima edizione, individuando l'indice di soddisfazione del target e la strada per correzioni e miglioramenti nel processo organizzativo.

*di Alberto Bernacchi*