

**RUDI RENZI**

# **LA NOTTE RAGIONA**

**Gli errori più comuni nella progettazione e realizzazione di un evento**

# INTRO

Quali sono, dal punto di vista operativo e strategico, gli errori più frequenti commessi da chi organizza eventi locali diffusi, soprattutto in contesti piccoli e con risorse limitate?

Ecco un elenco puntuale degli errori che fanno perdere tempo, budget e credibilità, così da evitarli nella progettazione e nella messa a terra del tuo progetto.

# FASE UNO | CONCETTUALE STRATEGICA

- **Non avere un obiettivo chiaro**

*“Facciamo un evento per animare il paese” non è un obiettivo.*

Obiettivi vaghi portano a eventi confusi.

**DEFINISCI:** per chi, perché ora, con che ritorno concreto (sociale, economico o relazionale).

- **Non conoscere il pubblico reale**

Progetti per “tutti” e non per *qualcuno*.

Gli eventi generalisti falliscono perché nessuno si sente chiamato in causa.

**Parti dai desideri reali delle persone, non dai tuoi.**

- **Copiare senza adattare**

Riproporre format visti altrove senza adattarli al contesto locale.

**Ogni territorio ha regole proprie: spazi, tempi, ritmi, permessi, culture.**

# FASE DUE | ORGANIZZATIVA

- **Timeline troppo stretta o assente**

Tutto all'ultimo minuto = corse, errori, stress.

**Retro-planning con scadenze ferme, anche per cose minime.**

- **Sottovalutare la logistica**

Bagni, sedute, parcheggi, permessi, piano B per la pioggia.

**L'evento si giudica dai dettagli, non dal cartellone.**

- **Mancanza di un referente unico**

Mille voci, nessuna decisione.

**Serve un direttore operativo, anche informale, che chiude le questioni.**

- **Nessuna prova generale o walkthrough**

Nessuno ha mai simulato il flusso pubblico, né testato audio/luci.

**Simula almeno una volta l'arrivo, la fruizione e l'uscita.**

# FASE TRE | COMUNICAZIONE E PROMOZIONE

- **Comunicazione generica o troppo istituzionale**

Locandine con mille loghi, font minuscoli e frasi da bando.

**Pochi messaggi chiari, storytelling umano, zero burocratese.**

- **Pubblicità fatta solo a ridosso**

Se inizi a promuovere 5 giorni prima, è troppo tardi.

**Minimo 30 giorni per un evento locale.**

- **Mancanza di piano post-evento**

Nessuno fa follow-up. Nessuna raccolta contatti. Nessun grazie.

**Il post-evento è parte dell'evento.** Serve a creare community e memoria.

# BONUS ERRORACCIO

- Confondere **PARTECIPAZIONE** con **GRATUITÀ**

**GRATUITÀ** = accesso

**PARTECIPAZIONE** = coinvolgimento attivo

Un evento dove la gente “**passa e guarda**” non crea legame.

**RUDI RENZI**

Via dell'arcobaleno 13  
40138 bologna

Viale del risorgimento 2  
58024 massa marittima | gr

353 4494886

[rudy.renzi@gmail.com](mailto:rudy.renzi@gmail.com)