



## BRUNO CHITARRINI

Bruno si occupa di Grafica, Progettazione Multimediale e Visual Design. Tre ambiti intrecciati indispensabili per migliorare la comunicazione aziendale. È un vero maestro nell'uso della tecnologia per potenziare le vendite e grazie alla sua visione strategica trasforma ogni spettacolo in un evento memorabile.

Dal 2017 si occupa anche di VR Experience con cui crea esperienze digitali di realtà aumentata e realtà virtuale per i suoi selezionati clienti. Tra i marchi che hanno scelto di affidarsi a lui spiccano nomi di prestigio come Ford, Volvo, Porsche, Challenge Network e The Academy Automotive Training.

REGIA | DI BRUNO CHITARRINI

# PER CREARE UN EVENTO STIMOLANTE, IMPARA A “RUBARE CON GLI OCCHI”

L'inquadratura del contesto è senza dubbio essenziale nella costruzione del tuo evento. Ma che cos'è il contesto? Lo si può riassumere in poche semplici battute: tutto ciò che è strettamente intessuto, intrecciato o connesso con l'organizzazione di un qualsiasi evento.

Negli articoli precedenti ti ho più volte mostrato quanto sia fondamentale pianificare e curare nei minimi dettagli gli aspetti più disparati. In questo numero facciamo un ulteriore passo avanti, comprendendo come inglobare, in questa ricerca spasmodica della cura del dettaglio, anche una ricerca che servirà a identificare il contesto.

È importante infatti fare un'attenta analisi di tutto quello che ha a che fare con il tuo evento. Per essere un buon regista dovrai leggere e documentarti per ricavare stimoli sia di

tipo visivo, sia di tipo sensoriale.

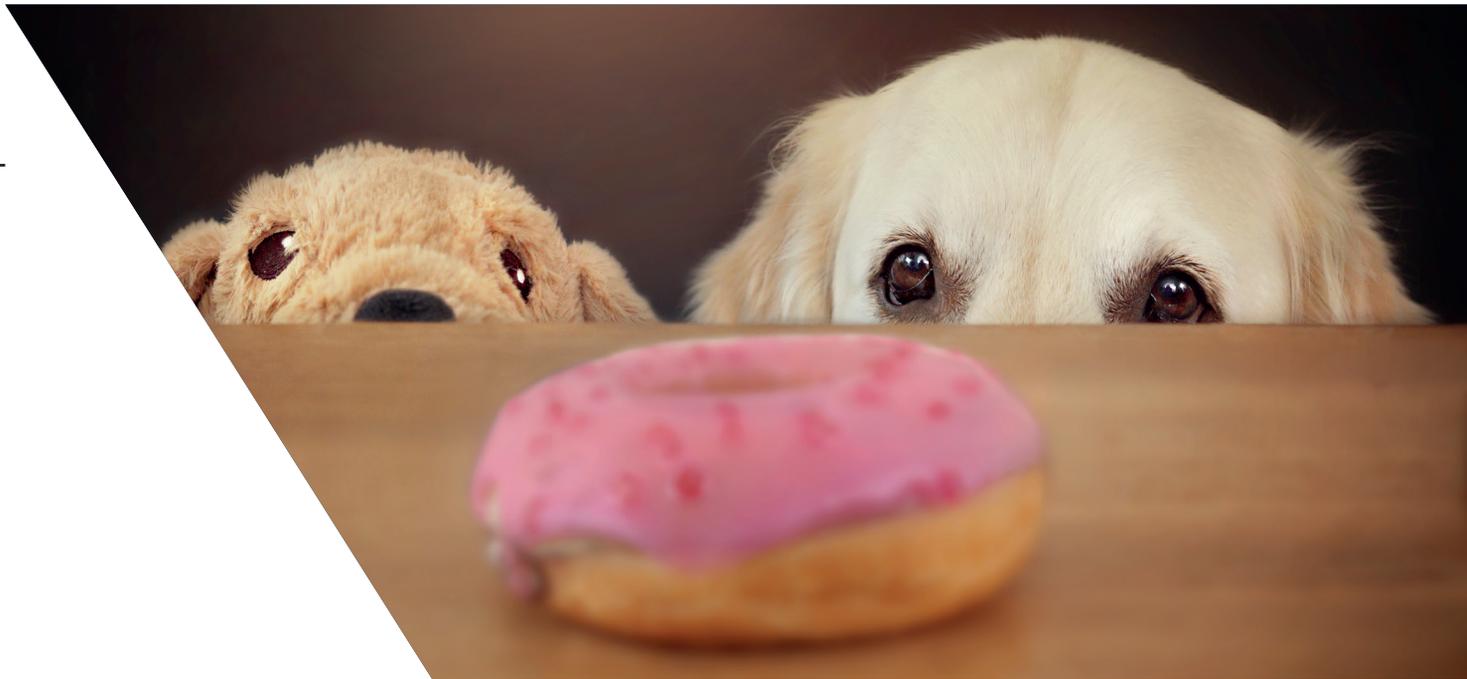
**Un buon modo per iniziare questa ricerca di stimoli è incominciare a frequentare altri eventi simili a quello che dovrai organizzare in futuro.**

Facciamo un esempio pratico e diciamo che ti interessano i concerti e vuoi organizzarne uno. Il primo passo è andare ad altri concerti. Anzi, dovresti godere del più ampio numero possibile mettendoti nei panni dello spettatore più volte che puoi.

Questo ti permetterà di notare e contestualizzare diversi fattori. Innanzitutto, le luci, i tempi tecnici e tutte le sottigliezze che, rielaborate, possono tornarti utili in futuro.

Non si tratta certamente di copiare, ma di “rubare con gli occhi”, come si dice, cioè usare una tecnica di apprendimento che stimola la tua fantasia e creatività. Non preoccuparti se pensi di non essere abbastanza





fantasioso e creativo. Queste due qualità fanno parte di ciascun individuo, tutto sta a trovare la chiave per stimolarle.

Immagino che l'idea di partecipare a molti concerti prima di organizzare il tuo ti sembri assolutamente logica e che non proveresti mai a improvvisarti regista senza aver mai frequentato quell'ambiente. Permettimi allora di farti una domanda: perché dovrebbe essere diverso per il tuo evento?

Partecipare a eventi organizzati da altri (anche dalla concorrenza), può aiutarti ad ampliare il tuo punto di vista e a trovare nuovi spunti diversi dai tuoi gusti abituali.

La logica è sempre la stessa: devi conoscere l'argomento, capire il contesto in cui ti muovi e trarre ispirazione da quello che hai visto e provato in qualità di spettatore attento ai dettagli tecnici. Poi, il passo successivo sarà fare ancora meglio.

Osservando il contesto noterai infatti anche tante cose che non vanno, vivrai sulla tua pelle le difficoltà del pubblico e ti ritroverai soddisfatto di alcuni aspetti e insoddisfatto di altri. Questo è un ottimo punto di partenza per lavorare al tuo evento.

**Ricorda sempre che la buona riuscita di un evento è un insieme fitto di ingranaggi che se ben oliati e ben disposti, possono dar vita a qualcosa di straordinario.**

Motivo per cui, svolgere uno studio attento su diversi eventi e attingere a molteplici fonti può aiutarti a contestualizzare al meglio la tua idea primaria e plasmarla poi secondo le tue specifiche esigenze.

Questo fermo restando che, come ti ho spiegato nei numeri precedenti di *Imprenditore Rockstar*, il lavoro di regia richiede competenze accurate. Anzi, proprio perché si tratta di un lavoro complesso, se riesci a immagazzinare nella tua mente e nei tuoi

appunti un numero consistente di idee e proposte ti semplificherai la vita. Noterai che sarai più a tuo agio nelle fasi successive di attuazione del progetto, acquisendo maggiore velocità e portando a termine il lavoro con meno fatica.

Oltre a frequentare eventi che hanno un contesto simile al tuo puoi prendere spunto anche da quelli che non sono direttamente collegati al tuo ambito. Ti ho già fatto l'esempio dei concerti, un'altra buona scuola in tal senso è costituita dal [teatro](#).

**In un evento musicale puoi trarre grande ispirazione dai suoni e da una rappresentazione teatrale ricaverai preziosi stimoli visivi.**

Ti basti pensare a quanto studio e ricerca ci sono in ambito teatrale in tema di illuminotecnica. Ma non solo, in un qualsiasi spettacolo teatrale troverai grande attenzione per tutto ciò che riguarda i tempi di scena. Vengono minuziosamente calco-

## PARTECIPARE A EVENTI ORGANIZZATI DA ALTRI (ANCHE DALLA CONCORRENZA), PUÒ AIUTARTI AD AMPLIARE IL TUO PUNTO DI VISTA E A TROVARE NUOVI SPUNTI DIVERSI DAI TUOI GUSTI ABITUALI.

lati per non lasciare mai lo spettatore annoiato o disinteressato.

Tutti questi concetti sono molto importanti e devono essere trasferiti nel tuo evento di vendita, perciò non perdere l'occasione di approfondirli. Questo potrebbe essere un buon incentivo a investire in un abbonamento teatrale per la prossima stagione, così da poter fare il pieno di idee e arricchire le tue conoscenze.

Ti ho già accennato in precedenza che ho un passato da animatore, questa esperienza mi ha permesso di comprendere sino in fondo quanto sia essenziale l'inquadramento di un determinato contesto.

Ho imparato a "prendere le misure" di un evento e poi ho trasferito que-

ste conoscenze nell'ambito aziendale. Anche tu dovresti fare lo stesso. Capire il contesto dell'evento che vuoi organizzare per i tuoi clienti o collaboratori è il primo passo per la sua buona riuscita.

Certo, saper entrare in sintonia col pubblico e saperlo coinvolgere è molto importante, ma è ancor più importante lavorare con impegno a tutto ciò che va oltre il momento di interazione con gli spettatori. Studiare preventivamente il contesto ti permetterà di gettare delle basi solide su cui fondare tutto il tuo progetto.

Questo vale sia nel caso in cui tu voglia organizzare un evento per te stesso, sia se lavori per altri e quindi hai un progetto da presentare a un

eventuale cliente esterno alla tua azienda.

L'altro consiglio che voglio darti è di tenere sempre **tutti e cinque i sensi** bene all'erta, anche in momenti che non hanno a che fare con gli eventi. Ogni piccolo dettaglio può essere fonte di ispirazione e dare vita a un'idea vincente: la bella sfumatura di un tramonto, un profumo diffuso nell'aria, una musica particolarmente melodiosa, e così via.

Come ben sai la musica è uno dei fattori più importanti e che attira maggiormente la nostra attenzione. Sarà lo stesso con il tuo pubblico, perciò scegliere una selezione musicale vincente può aiutarti a creare vibes positive.





Se dovessi organizzare un party per un'azienda che produce abbigliamento per bambini, non sceglierei mai una playlist con Marilyn Manson e i Guns N' Roses, bensì opterei per qualcosa di più delicato o magari incentrato sul mondo dei cartoni animati.

O ancora, se dovessi occuparmi dell'accompagnamento musicale di un party aziendale a tema francese, opterei per Edith Piaf o Charles Aznavour. Di certo non prenderei in considerazione gruppi heavy metal! Sembra quasi scontato ribadirlo, ma purtroppo vedo (o meglio sen-

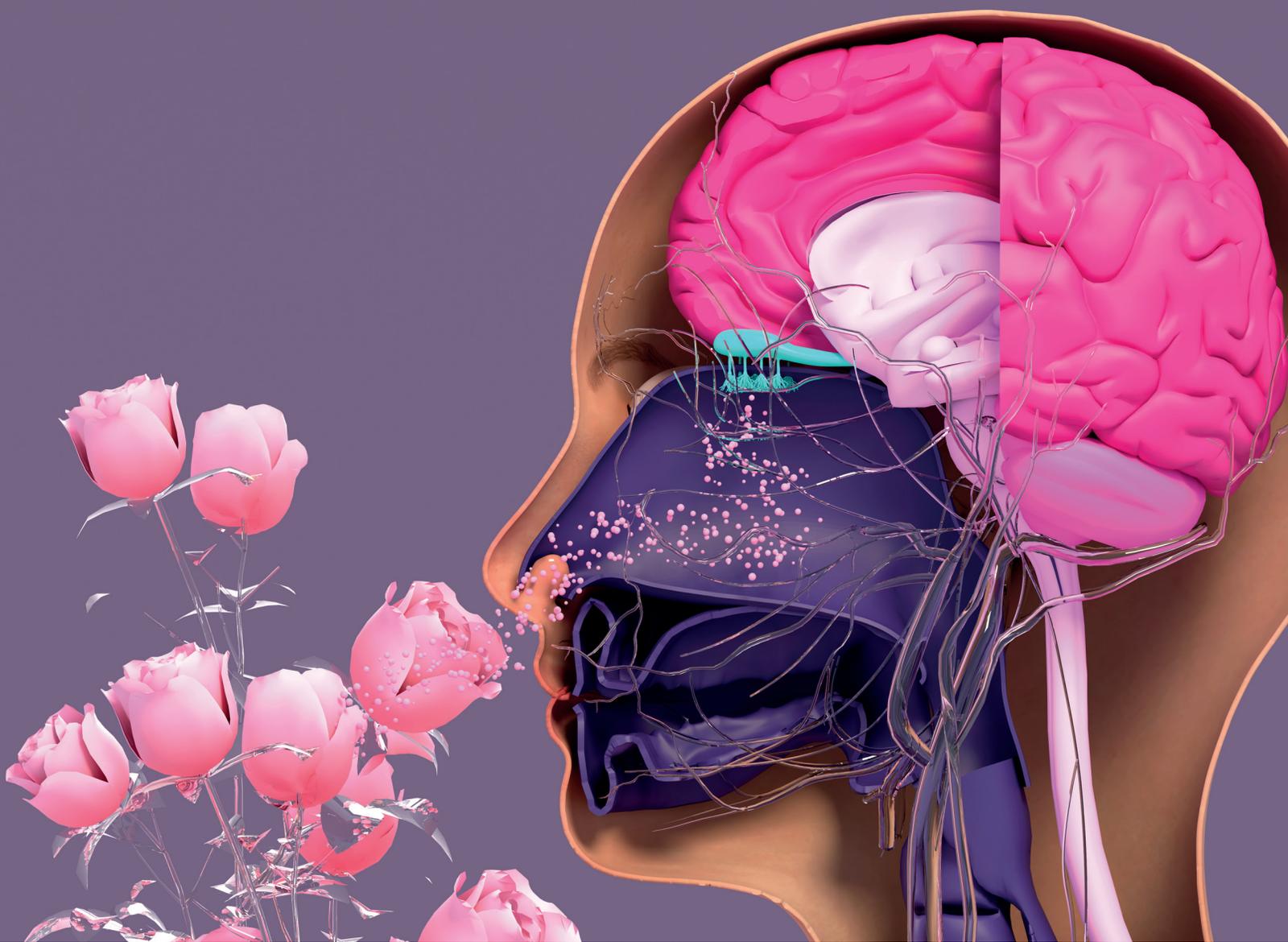
to) troppo spesso errori gravi in quest'ambito. Non si tratta di gusti musicali, una buona playlist può donare un tocco di classe e creare un ambiente piacevole e stimolante per il pubblico.

Un altro punto su cui è fondamentale focalizzare la tua attenzione è il mondo delle luci. Una buona conoscenza di base di illuminotecnica può esser d'aiuto ma il colpo d'occhio finale è quello che più ci interessa. Il dosaggio delle luci, il colore, la forma e il cambiamento nei vari momenti dell'evento devono essere frutto di un'attenta analisi

e di varie prove preliminari.

Non finisce qui perché anche gli altri sensi vanno stimolati. Per esempio l'olfatto: un buon profumo diffuso all'ingresso e per tutta la durata dell'evento contribuisce a creare un'insieme di sensazioni positive e degne di nota.

Questi sono tanti piccoli accorgimenti che servono a darti un'idea, ma il punto è che queste scelte vanno elaborate in anticipo e ponderate in maniera intelligente. Se segui questa regola il successo del tuo evento è garantito.



Se non sai da dove partire, comincia dal tema. Di solito ogni evento ne ha uno e devi esaminarne necessariamente tutte le varianti per poter avere un più ampio spettro di scelte. Giusto per dirne una, se decidi di adottare uno stile minimal non potrai certamente addobbare la location in tema barocco, ma dovrai affidarti a tinte monocromatiche e forme lineari.

Pensa per esempio all'organizzazione di una sfilata di moda. Il mood della linea in questione è uno spunto per organizzare tutto ciò che riguarda l'evento. Se la collezione ha dei tratti che richiamano delle vesti mediorientali, potrai utilizzare delle musiche a tema e riempire l'aria con un delicato odore d'incenso.

Tutti questi elementi rafforzeranno il concept.

A tal proposito ti consiglio di seguire questo schema organizzativo, prendendo accuratamente in esame ciascuno di questi punti:

- la scelta musicale;
- gli stimoli olfattivi;
- l'illuminazione;
- la scelta del catering;
- la location

Ciascuno di questi dovrebbe essere





alla regia di un evento dovrai già essere preparato e avere alle spalle un sostanzioso bagaglio di esperienze, a cui attingere a piene mani.

Puoi accumulare queste esperienze frequentando altri eventi o, più semplicemente, osservando attentamente il mondo che ti circonda.

Un viaggio in un luogo mai visto, una giornata nella natura, una semplice passeggiata possono aiutarti a creare nuove visioni e nuovi punti di vista.

Il consiglio che sento di darti è quello di osservare il mondo nella totalità delle sue sfaccettature, notare profumi, colori e sapori così da contestualizzare i tuoi futuri eventi nella maniera migliore possibile.

più conforme possibile al tema scelto.

**Riassumendo, la figura del regista di eventi ha il dovere primario di creare un concept aderente allo stile aziendale. Ogni dettaglio non deve essere lasciato al caso, ma deve essere frutto di una pianificazione e conforme al tema.**

Quindi ogni qual volta ti troverai