

QUANTO COSTA ORGANIZZARE UN EVENTO AZIENDALE

Budget, priorità e controllo dei costi.



IL BUDGET NON SERVE A SPENDERE MENO.

Serve a investire meglio.

IL PRINCIPIO EVENTIME

Il budget è uno strumento di progetto: traduce obiettivi e priorità in scelte concrete.

PRIMA IL VALORE. POI IL PREZZO.

Il costo di un evento nasce dalle decisioni progettuali, non da un listino unico.

DOMANDA CORRETTA

Non solo «quanto costa?», ma «quale risultato deve produrre l'evento?»



INDICE

Il budget EVENTIME® in 10 passaggi

01 Obiettivi e perimetro

02 Partecipanti e durata

03 Location

04 Produzione tecnica

05 Catering & hospitality

06 Allestimenti e contenuti

07 Staff, logistica e servizi

08 Costi nascosti e contingenza

09 Ottimizzazione

10 Controllo e consuntivo

01 I 5 FATTORI CHE DETERMINANO IL COSTO

- Partecipanti: numeri e flussi modificano spazi, staff e logistica.
- Location: hotel, museo, villa o centro congressi hanno strutture di costo diverse.
- Produzione tecnica: audio, luci, video, LED wall e regia incidono in modo rilevante.
- Food & Beverage: qualità, quantità e formula di servizio cambiano la percezione.
- Personalizzazione: branding, scenografie e attività speciali rendono unico il progetto.



02 PARTECIPANTI E DURATA

Due variabili che moltiplicano o riducono molte altre voci.

DA VERIFICARE

Numero ospiti · mezza giornata o più giorni · pernottamenti ·
transfer · accrediti · staff



03 · LOCATION

IL PREZZO È SOLO UNA PARTE.

Canone, giorni di utilizzo, pulizie, sicurezza, arredi inclusi, vincoli tecnici, accessibilità e logistica devono essere letti insieme.



04 PRODUZIONE TECNICA

La tecnica non è un dettaglio: protegge contenuti, ritmo e affidabilità.

VOCI TIPICHE

Audio · luci · video · LED · regia · streaming · registrazione ·
backup





05 CATERING & HOSPITALITY

Non è soltanto un costo a persona.

Menu, formula di servizio, durata, personale, mise en place, esigenze alimentari e gestione dei flussi incidono sia sul budget sia sulla qualità percepita.

LE 12 VOCI DEL BUDGET

Una struttura semplice evita dimenticanze.

01 Location

02 Catering

03 Audio / luci / video

04 Regia

05 Allestimenti

06 Staff

07 Foto e video

08 Hospitality

09 Trasporti

10 Permessi / assicurazioni

11 Attività speciali

12 Project management

INCIDENZA INDICATIVA DEI COSTI

Le percentuali cambiano con format, destinazione e livello di personalizzazione.

Location	15-25%
-----------------	---------------

Catering	20-35%
-----------------	---------------

Produzione tecnica	15-30%
---------------------------	---------------

Allestimenti	5-15%
---------------------	--------------

Staff	5-10%
--------------	--------------

Foto & video	5-10%
-------------------------	--------------

Planning	da ~10%
-----------------	----------------

Valori orientativi: servono a leggere il mix di spesa, non a stimare un evento senza brief.

06 I COSTI NASCOSTI DA PREVENIRE

- Transfer e movimentazioni
- Permessi e autorizzazioni
- Assicurazioni
- Ore extra di staff e tecnici
- Energia, connessioni e dotazioni non incluse
- Variazioni dell'ultimo minuto

CONTINGENZA

Prevedere un margine di sicurezza evita che un imprevisto diventi una scelta al ribasso.

07 5 ERRORI CHE FANNO SALIRE IL BUDGET

- Scegliere la location prima di definire il perimetro economico.
- Cambiare programma negli ultimi giorni.
- Moltiplicare i fornitori senza una regia unica.
- Sottovalutare trasporti, hospitality e tempi di montaggio.
- Eliminare prove tecniche e backup per risparmiare.



08 DOVE OTTIMIZZARE

- Gadget: meno quantità, più utilità.
- Decorazioni: solo se rafforzano concept e brand.
- Stampati: digitalizzare quando migliora l'esperienza.
- Effetti: proteggere prima contenuti, tecnica e accoglienza.

OTTIMIZZARE NON SIGNIFICA TAGLIARE IL VALORE.

09 TRE DOMANDE PRIMA DI APPROVARE IL BUDGET

1 Cosa deve ricordare il partecipante?

2 Quali voci proteggono davvero il risultato?

3 Dove possiamo semplificare senza perdere valore?

CHECKLIST BUDGET

Prima del via libera.

- ☐ Obiettivi e priorità definiti
- ☐ Preventivi confrontabili
- ☐ Costi tecnici inclusi
- ☐ Logistica e hospitality considerate
- ☐ Margine per imprevisti previsto
- ☐ Responsabile unico del budget
- ☐ Tempi di pagamento verificati
- ☐ Consuntivo pianificato



IL BUDGET È UNA REGIA.

Ogni voce deve sostenere l'esperienza complessiva. Quando una variabile cambia, il progetto va riequilibrato: non semplicemente ridotto.

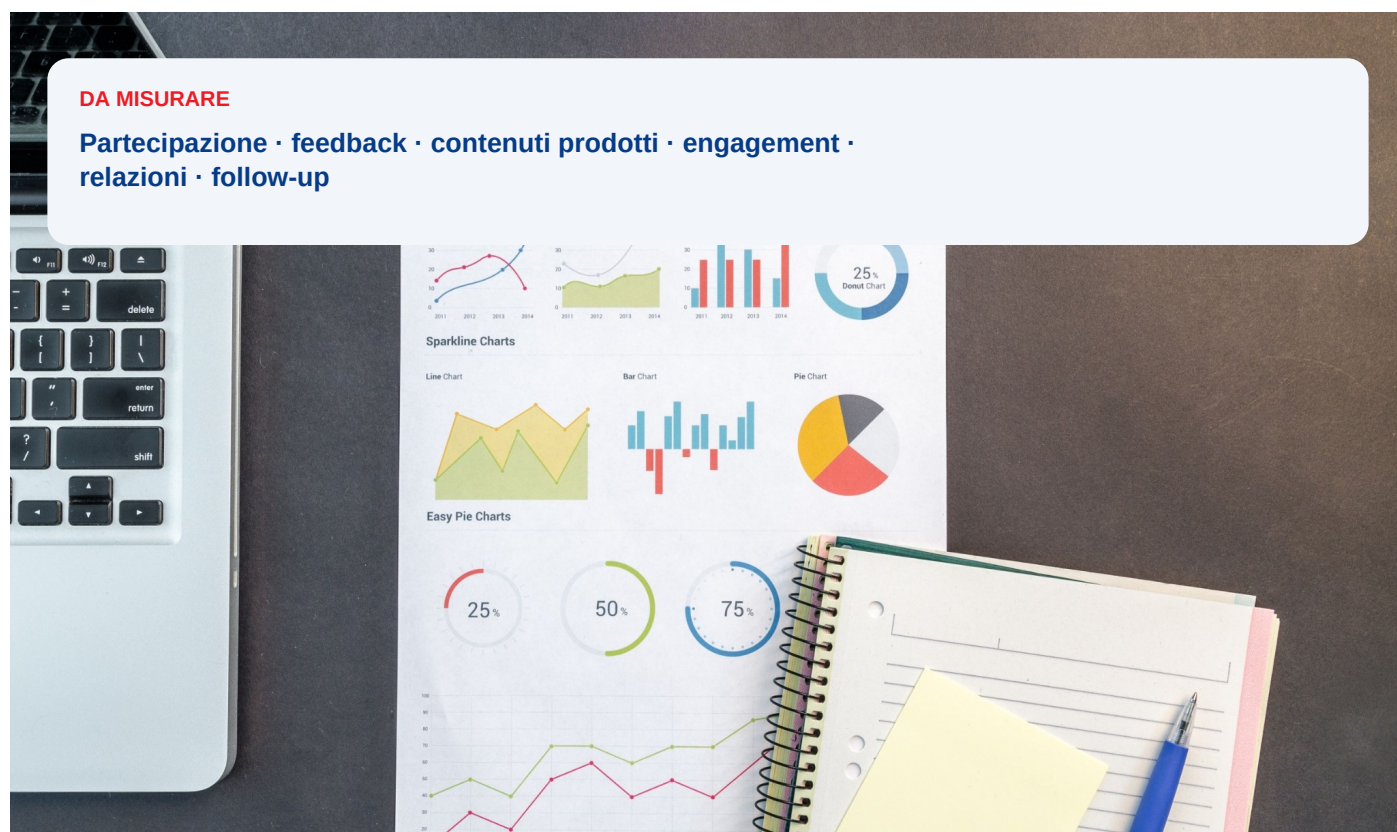


UN EVENTO BEN ORGANIZZATO NON È UN COSTO. È UN INVESTIMENTO.

Il valore si misura nella qualità dell'esperienza, nella chiarezza dei messaggi, nel coinvolgimento e nella capacità dell'evento di produrre risultati.

IL VALORE CONTINUA DOPO L'EVENTO.

Il ritorno non si esaurisce quando si spengono le luci.



PARLA CON UN EVENT PLANNER

Raccontaci il progetto: costruiamo un budget coerente con obiettivi, pubblico e livello di esperienza desiderato.

GRUPPO EVENTIME

www.gruppoeventime.com

info@gruppoeventime.com

+39 011 433 01 11

Torino · Italia



PERSONE · IDEE · ESPERIENZE · RISULTATI