Linee guida per l'organizzazione di un Congresso

Prima fase - PIANIFICAZIONE:

1. **Scegliere la Sede** Congressuale, la durata, e una o più possibili date in cui si ha la certezza della disponibilità della Sede Congressuale e, aspetto estremamente importante, evitando la sovrapposizione con altri eventi scientifici, riguardanti l'area di interesse, già programmati che potrebbero sottrarre partecipanti. Altro aspetto da tenere in considerazione riguarda eventi concomitanti (scientifici e non) nella Città in cui si organizza il Congresso, che possono creare problemi di ricezione alberghiera o comunque incremento dei costi.
2. **Abbozzare un "framework" del Congresso** in maniera da quantificare gli slot relativi a "*Plenary Lecturers*", "*Key-Note Lecturers*", "*Short Communication*" e "*Oral Communications*" dedicate a borsisti. La quantificazione degli slot di cui sopra è necessaria per gli step successivi.
3. **Individuare voci di spesa**, avendo come obiettivo principale quello di portare un utile alla Divisione tale da consentire il mantenimento dell'alto numero di borse di studio per permettere ai giovani iscritti che non hanno alcuna posizione stabile o di ricercatore TD di partecipare ai maggiori eventi scientifici della Divisione.

3a. Costi indipendenti dal numero dei partecipanti:

Sede Congressuale (centro congressi; grande Albergo; Università...). Deve essere adeguata al numero di partecipanti totale e consentire eventuali sessioni parallele (se previste); opportunamente attrezzata (impianti di climatizzazione, impianto acustico, impianto di videoproiezione, rete Wi-Fi, spazio sufficiente per l'area iscrizioni, per l'area Poster e per eventuali spazi espositivi per gli sponsor); facilmente raggiungibile con i mezzi di trasporto pubblici e che siano presenti delle opzioni di alberghi nelle vicinanze.

Ovviamente la soluzione "Università" consente notevoli risparmi.

Definizione degli aspetti organizzativi tecnici e di accoglienza (Gruppo Locale o Agenzia).

Affidare ad un'agenzia la cura di questi aspetti comporta un onere che corrisponde al 15-20% del budget totale del Congresso. Inoltre, pur non mettendo in dubbio la professionalità delle realtà coinvolte, non si potranno mai raggiungere risultati che l'entusiasmo e la dedizione degli organizzatori locali possono assicurare. La gestione delle iscrizioni può essere effettuata mediante Portale Eventi della SCI, con conto dedicato e possibilità di utilizzare carte di credito. Oppure può essere costituito un Comitato organizzatore, registrato come Associazione Filantropica (codice ATECO 94.99.50) presso l'Agenzia delle Entrate, a nome del quale aprire un conto business senza costi di esercizio (possibilità garantita dai principali istituti di credito per il primo anno) tramite cui incassare le quote di registrazione e le sponsorizzazioni e pagare le fatture.

Se si decide di far gestire le iscrizioni al Dipartimento universitario della Sede organizzatrice è necessario stipulare un contratto con la DCF.

Sito web del Congresso. Anche per questa voce di spesa una soluzione "in house" consente di risparmiare.

Spese per viaggio/alloggio relatori invitati. Una oculata scelta dei Plenary Speaker consente di non appesantire questa voce di spesa. È opportuno, eventualmente, porre un limite alle spese di viaggio e chiarire che i biglietti dovranno essere di categoria "economy".

Spese per gli inviti a cene di autorità locali. Quasi sempre si è costretti ad invitare VIP locali che hanno dato un contributo per l'organizzazione del Congresso.

Spese per eventi relativi al Programma Sociale. Pur non essendo obbligatorio organizzare tale tipo di eventi, è da tenere in considerazione che consentono momenti di relax che facilitano la creazione o consolidamento di rapporti umani e suscitano senso di appartenenza.

Materiale pubblicitario, Cartellonistica, Materiale segreteria.

Altre voci minori: Noleggio pannelli Poster (se non disponibili); Servizio fotografico; Eventuale stipula di un'assicurazione sui danni alle persone; Eventuale servizio di pulizia

3b. Costi dipendenti dal numero dei partecipanti:

Servizio Catering: Costituisce la voce di spesa più onerosa per gli organizzatori; occorre tenere in considerazione i costi di: cocktail di benvenuto, Coffee break, lunch, cene da offrire, banchetto di gala, se lo si vuole includere nella quota di iscrizione (scelta consigliata).

Transfer partecipanti Alberghi/Sede Congresso e viceversa: questa voce si può evitare in presenza di difficoltà di bilancio o se la situazione logistica lo consente.

Transfer partecipanti Sedi Eventi Sociali/Alberghi: il commento su questa spesa è identico alla spesa precedente.

Materiale per la registrazione: borsa, blocco notes, penna, porta nomi; questo materiale può essere in toto o in parte fornito da uno o più sponsor.

Gita Sociale: per questa attività vale il commento relativo alle spese per il programma Sociale.

Programma Accompagnatori: In presenza di quota per accompagnatori è opportuno organizzare almeno un giro turistico del luogo in cui viene organizzato il Congresso.

Per ognuna delle voci di spesa riportate, sia indipendenti che dipendenti dal numero dei partecipanti, è necessario acquisire informazione sul costo per potere individuare il budget necessario per la buona riuscita dell'evento e per potere assicurare un buon attivo.

Seconda fase - Individuazione del BUDGET

Essendo in possesso di tutte le quotazioni relative alle spese:

1. Quantificare le spese indipendenti dal numero dei partecipanti.
2. Determinare il costo totale per persona.
3. Inoltre, quantificando il numero globale di partecipanti NON paganti, si moltiplica questo numero per il costo totale per persona. Si ottiene una cifra che va aggiunta alla spesa di cui al punto 1. La somma costituisce la spesa che è necessario spalmare sul costo totale di un numero minimo di partecipanti paganti.

ESEMPIO:

Spese Indipendenti dal numero dei partecipanti: 30.000 €

Costo totale per persona 240 €

Numero stimato di partecipanti NON paganti 30

Costo partecipanti NON paganti $240 \text{ €} \times 30 = 7.200 \text{ €}$

Spesa da spalmare sui partecipanti paganti $30.000 \text{ €} + 7.200 = 37.200 \text{ €}$.

Numero presunto partecipanti paganti 200 + 20 accompagnatori per un costo totale $240 \text{ €} \times 220 = 52.800 \text{ €}$

Il Budget necessario per il Congresso è pertanto $52.800 \text{ €} + 37.200 \text{ €} = 90.000 \text{ €}$

Terza fase – QUOTE ISCRIZIONE

Una volta individuato il budget del Congresso è possibile determinare le quote di iscrizione.

Negli ultimi anni si sono praticate quote differenziate relative ai "senior" o comunque partecipanti con una posizione stabile o ricercatore a TD e "junior" relativi a giovani senza posizione stabile o ricercatore a TD. Ovviamente coloro i quali non sono iscritti alla SCI dovranno pagare una quota maggiore.

Per gli "junior" e accompagnatori è opportuno considerare una quota che corrisponda a poco più del costo pro-capite.

Sulla base delle esperienze degli ultimi anni, gli iscritti "junior" sono stati il 35-40% rispetto al totale dei partecipanti e circa il 10% degli iscritti non era socio della SCI.

Sulla base di queste considerazioni, è opportuno tagliare le quote al fine di ottenere parità di bilancio con il numero minimo presunto. In questa maniera, gli iscritti in esubero al numero minimo presunto insieme ai proventi da Istituzioni, sponsor costituiranno l'attivo del Congresso da devolvere alla Divisione.

Pertanto, considerando l'esempio sopra riportato, le quote di iscrizione potrebbero essere:

Quota "senior" iscritto SCI	500 €
Quota "senior" NON iscritto SCI	600 €
Quota "junior" iscritto SCI	300 €
Quota "junior" NON iscritto SCI	400 €
Quota accompagnatore	280 €

108 x 500 =	54.000 €
12 x 600 =	7.200 €
72 x 300 =	21.600 €
8 x 400 =	3.200 €
20 x 280 =	5.600 €
Totale	91.600 €

In questo caso le quote d'iscrizione consentiranno di incassare 91.600 € pareggiando di fatto il bilancio. Inoltre, considerando le "late" iscrizioni (15-20%) si potrà avere un ulteriore piccolo incremento dell'incasso.

Un consiglio utile: è opportuno che il sito web con l'indicazione delle quote di iscrizione e le richieste di contributo agli sponsor vengano attuati nell'autunno dell'anno precedente al Congresso perché le aziende programmano le spese per congressi, sia iscrizioni che contributi, proprio in quel periodo.