



AISLA – LINEE GUIDA 2013

PROCEDURE SEGNALAZIONI INIZIATIVE LOCALI

Premessa

Attualmente le Sezioni si rivolgono ad esponenti diversi della Sede nazionale per chiedere autorizzazione all'organizzazione delle iniziative, all'utilizzo del logo, alla comunicazione delle stesse.

Questa metodica non solo rallenta i flussi di comunicazione interna ma può accadere talvolta che le attività vengano compromesse sia a livello mediatico che interno.

Si rende quindi necessario avere **un unico punto di raccolta informazioni** che possa tempestivamente valutare e coinvolgere tutti gli “attori” necessari all'iniziativa stessa e dare risposta e supporto in tempi rapidi alle nostre Sezioni.

Procedura per la segnalazione delle iniziative locali

1. Tutte le iniziative (incluse le richieste di autorizzazione all'avvio delle stesse, quelle richieste di uso del logo e quelle di patrocinio) devono essere trasmesse a: iniziative@aisla.it
2. Nella prima settimana del mese in corso dovrà essere inviata la programmazione delle iniziative del mese successivo.
3. Perché un'iniziativa possa essere valutata per la comunicazione dovrà essere segnalata con **almeno tre settimane di anticipo rispetto alla data dell'iniziativa stessa.**
4. La segnalazione dell'iniziativa deve essere completa di:
 - a. presentazione dell'evento con descrizione dei contenuti;
 - b. materiali quali programma, documenti, accordi;
 - c. riferimenti del responsabile (residenza, telefono, mail, etc);
 - d. segnalazione di eventuali partnership o collaborazioni;
 - e. segnalazione di contatti stampa speciali del referente.
5. Qualora si decidesse di procedere con un'iniziativa rivolta alla stampa (comunicato, intervista, etc.) è indispensabile coordinare le comunicazioni per evitare che la notizia venga “bruciata” (quindi la pubblicazione sul sito nazionale, della sezione, web o virale deve essere contestuale o successiva all'iniziativa rivolta alla stampa).

Al fine di programmare al meglio l'attività annuale, sarebbe inoltre utile prevedere:

- o calendario eventi che si ripetono annualmente (concerti, iniziative, ricorrenze);
- o situazioni di criticità già note (soprattutto politico/istituzionale);
- o segnalazione di persone disposte a testimoniare e/o raccontare la propria storia per sensibilizzare (denuncia, raccolta fondi, ecc.).

Le iniziative della sede nazionale:

- o In occasione del Global Day (21 giugno), della Giornata nazionale (6 ottobre) e del convegno mondiale (6-8 dicembre) le iniziative locali dovranno essere sinergiche con l'attività nazionale.
- o Affinché si possa quindi prevedere una comunicazione congiunta su tutti i canali è necessario

comunicare alla Sede nazionale la programmazione degli eventi previsti **con almeno due mesi di anticipo**.

La valutazione delle iniziative

Ogni iniziativa sarà oggetto di specifica valutazione, non saranno previsti 'automatismi'.

In ogni caso, saranno introdotti:

- alcuni **criteri selettivi** in modo da non inflazionare la comunicazione di Aisla e farne crescere l'autorevolezza;
- **differenziare la modalità di comunicazione** sui diversi canali:
 - o Sito Istituzionale
 - o Sito delle Sezioni (non tutte)
 - o Newsletter
 - o Notiziario
 - o Social Network: Facebook e Twitter
 - o Ufficio stampa

Nota bene: non tutto deve essere pubblicato necessariamente su tutto. Ognuno di questi strumenti si rivolge ad un target preciso di interlocutori. Il fatto che una notizia sia pubblicata tutti i canali non è indice di successo o di massima diffusione. Talvolta, anzi, la notizia potrebbe perdere di efficacia o, peggio ancora, ritorcersi contro e avere esattamente l'effetto opposto di quanto desiderato.

Ufficio Stampa

La Sede Nazionale ha confermato l'accordo di collaborazione con la SEC, ampliandone l'area di lavoro a tutte le media relation locali.

Sec collaborerà con la sede nazionale di Aisla che continuerà ad occuparsi internamente di sito, social network, newsletter e notiziario.

L'obiettivo è di rendere la comunicazione coerente con le iniziative e la *mission* della Sede nazionale, rapida e agile per i referenti delle Sezioni, efficace a livello mediatico, e soprattutto che possa supportare e valorizzare il lavoro svolto sul territorio.

Nello specifico il lavoro si concentrerà sull'identificazione di alcune iniziative (per i motivi detti sopra non tutte saranno comunicate alla stampa) e per queste saranno definite da Sec le seguenti azioni:

- Identificazione dei target media locali.
- Preparazione di media list di giornalisti locali.
- Preparazione di materiale di background:
 - o Schede monografiche sulle singole regioni (dati epidemiologici, servizi di assistenza, supporto fornito dall'associazione ecc.)
 - o Identificazione di spokelerson.
 - o Identificazione di storie e testimonianze.
 - o Redazione e diffusione di comunicati stampa al media target definito.
 - o Identificazione di opportunità e organizzazione di interviste.

Criteri di selezione per la segnalazione ai media

- In linea generale saranno valutati per la segnalazione ai media **solo gli eventi promossi da Aisla, sia in termini di raccolta fondi sia in termini di altre iniziative** (inaugurazioni, convegni, corsi...).
- La comunicazione di iniziative legate ad **attività istituzionali** sarà valutata sempre **caso per caso e in funzione degli obiettivi delle relazioni istituzionali**.
- Le iniziative in partnership saranno anch'esse oggetto di valutazione specifica **ma in più dovranno essere gestite sinergicamente con i partner**.
- Gli eventi patrocinati da Aisla non sono di per sé eventi da comunicare ai mass media.

Contatti Utili

Cosa	Chi	Telefono	Mail
Coordinamento	Grazia Micarelli	349.079 54 90	micarelli.grazia@gmail.com
Collettore Generale Info	Daniela Negrini	02.439 866 73	iniziative@aisla.it
Newsletter/Notiziario	Filippo Bezio	0321.499 727	ufficiostampa@aisla.it
Sito/Social Network	Stefano Zanoni	02.439 866 73	Info@aisla.it
SEC coordinamento	Laura Arghittu	335.485 106	arghittu@secrp.it
SEC referente AISLA	Federica Rusconi	334.191 16 32	rusconi@secrp.it