

## Report n° 002 – domenica 26 gennaio 2014 ore 15.00

### GRUPPO COMUNICAZIONE – PROMOZIONE – UFFICIO STAMPA

#### PRESENTI:

Andrea Lorenzini (Responsabile del Gruppo)  
Abdoulaye “Lai” Diop (Ass. Terra Mia)  
Veronica Rinasti (Gruppo dello Zuccherificio)  
Maurizio Bertozzi (arrivato alle 15.45)

#### ORDINE DEL GIORNO:

- Titolo e immagine del festival (manifesto): a che punto siamo?
- Strategie per l'ufficio stampa: creazione di una mailing list, per comunicazioni ad hoc e servizio di newsletter;
- Sito del Festival;
- Nuovi media: quali e quanti?
- Eventuale suddivisione delle responsabilità;
- Idee creative: concorsi, culture, mille e una lingua, le facce del festival, eccetera.
- Varie ed eventuali.

#### ARGOMENTI TRATTATI:

Partiamo dal primo punto all'ordine del giorno: **titolo e immagine**.

Non c'è ancora una decisione definitiva in merito al titolo dell'evento, per cui gli aggiornamenti non sono molti.

Alessia Bevere (responsabile del gruppo laboratori) ventilava la possibilità di un concorso o laboratorio di fotografia, che potesse eventualmente produrre uno scatto fotografico da utilizzare per il manifesto. Potrebbe essere una buona idea – simile al concorso per illustrazione tenuto l'anno scorso – ma il suggerimento è di considerarla una *possibilità*, senza compromettersi eccessivamente al momento del bando (ovvero: se esce una foto che ci piace molto, la *possiamo* utilizzare per il manifesto; ma vorremmo evitare di dichiararlo o prometterlo esplicitamente fin da subito, per evitare di creare false illusioni). L'idea del laboratorio o concorso fotografico ci sembra molto bella, però!

Si ripassano brevemente le altre ipotesi: concorso in licei artistici e istituti d'arte; concorsi nelle accademie e scuole di illustrazione; coinvolgimento di illustratori professionisti, ecc. Andrea anticipa che in un incontro con i referenti degli altri gruppi approfondirà la questione.

#### **Strategie per l'ufficio stampa e creazione di una mailing list.**

Abbiamo fatto una ricognizione di tutte le testate locali:

- Il resto del Carlino

- Corriere di Romagna (molto diffuso nel riminese)
- La voce (molto diffuso nel riminese)
- Settesere/Qui (con sede centrale a Faenza ma in espansione nell'area ravennate dopo l'acquisto del Qui). Andrea conosce Federica Montanari, collaboratrice della testata.
- Ravenna & Dintorni. Veronica ha tutti i contatti
- Ravenna Notizie Web (pubblicano tutto)
- Città Meticcia (testata ufficiale della Casa delle Culture)

Quando dobbiamo farci sentire con i media? Una settimana prima dell'evento con la prima comunicazione e il giorno prima con un reminder sembra una buona strategia per le tempistiche.

Il 28 marzo ci sarà il primo evento su Lampedusa.

Gestione della mailing list: sarà di sicuro necessario un elenco dedicato ai media (con eventuali suddivisioni interne: testate cartacee, testate web, radio locali, ecc).

Servirà anche una lista «generale» che includa tutti i contatti.

Alcuni servizi permettono di gestire questo indirizzario in maniera molto comoda (ad esempio MailChimp, che è gratuito fino a 12.000 email mensili, permette di suddividere e segmentare liste anche molto complicate in maniera semplice e automatica).

L'unico problema può essere che un invio provenienti da servizi del genere poi, agli indirizzi dei «giornali tradizionali» finisca nelle caselle di posta di minor rilevanza (newsletter ecc) o nello spam. Verso di loro è quindi forse necessario utilizzare un servizio più tradizionale (ad esempio, una normale rubrica su GMail).

Si è discussa la possibilità di creare una casella di posta elettronica specifica del festival delle culture. Un indirizzo mail istituzionale è importante per interfacciarsi con il pubblico (e può comunque essere comodamente ridiretto su un altro indirizzo, per comodità e immediatezza di risposta).

Verificheremo con la Casa delle Culture l'opportunità di questa scelta e la possibilità di aprirla una casella con l'estensione @comune.ra.it o di utilizzare le Google Apps.

Indirizzo suggerito: [festivaldelleculture@comune.ra.it](mailto:festivaldelleculture@comune.ra.it) (oppure [info@festivaldelleculture.it](mailto:info@festivaldelleculture.it) o simili, nel caso venga creato un sito ad hoc per il festival con dominio a sé stante).

Andrea suggerisce che Veronica gestisca i rapporti con la stampa e media e le funzioni di «ufficio stampa» più tradizionali, data la sua esperienza al riguardo.

[Più tardi Maurizio, che ci raggiungerà per le 15:45, suggerisce di interfacciarsi con l'Ufficio Stampa del Comune o con l'Ufficio Turismo, che probabilmente hanno già persone dedicate. Lai fa notare che anche la Rappresentanza Migranti dovrebbe avere una persona. È importante stabilire un buon contatto con queste realtà, per evitare informazioni duplicate e migliorare la diffusione delle comunicazioni sul territorio.]

Per quanto riguarda la newsletter, il servizio suggerito è MailChimp (gratuito). Sul sito comparirà un modulo che permetta l'iscrizione in automatico (come sulla maggior parte dei siti). Siamo incerti sull'utilizzo del servizio: secondo Andrea e Lai la newsletter è importante perché permette di raggiungere in modo «personale» il lettore, con una comunicazione ufficiale che riguarda solo gli eventi specifici del festival e che arriva direttamente nella posta, e che coinvolge molte più persone rispetto alla pagina Facebook. Viene tuttavia fatto notare come il gruppo sia al momento sottodimensionato: mentre ufficio stampa, sito, casella di posta elettronica e pagina facebook sono assolutamente servizi che non si possono abbandonare, la newsletter potrebbe essere messa in secondo

piano, o essere utilizzata solo per rilanciare comunicati stampa/inviti con un rapido copia-e-incolla, in caso di mancanza di risorse. Lasciamo la decisione in sospeso, ne ripareremo più avanti.

### **Sito del festival**

Al momento è attivo <http://festivaldelleculture.wordpress.com/>

Il sito è un po' vecchiotto e non aggiornato, anche se la piattaforma WordPress non è malvagia.

Visto che c'è unanimità di giudizio al riguardo, Andrea si occuperà di verificare questo aspetto con Giampaolo della Casa delle Culture o con Francesco Bernabini: continuiamo a utilizzare questo sito, ne predisponiamo uno nuovo...?

Nel caso in cui si volesse procedere con un nuovo sito, ovviamente bisognerà capire come gestire l'esportazione o l'archiviazione dei dati relativi alle manifestazioni degli anni precedenti, visto che non vogliamo perdere la nostra storia! :-)

### **Nuovi Media: quanti e quali?**

La pagina Facebook viene aggiornata spesso. Andrea chiederà l'accesso come amministratore per i componenti del gruppo comunicazione, almeno per un certo numero di loro. A dire il vero la richiesta è già stata fatta, ma a quanto pare ci sono problemi nell'aggiungere nuovi amministratori, e per il momento né Alessia Bevere né Francesco Bernabini sono riusciti ad aggiungere Andrea. Approfondiremo, eventualmente ritentando in un momento in cui ci troviamo tutti davanti allo stesso computer.

Social network «da presidiare» come Facebook e Twitter richiedono risposte veloci (in linea di principio «immediatamente» o per lo meno in giornata) e un monitoraggio minimo costante, sotto forma di notifiche e, preferibilmente, con accesso da telefono o da un computer di fronte a cui ci si trova per molte ore al giorno.

Sia Andrea che Lai sottolineano come sia importante prestare attenzione a cosa si inoltra e a come si risponde: in quel momento si rappresenta una realtà che coinvolge molte persone, non si sta intervenendo a titolo personale. La linea guida più importante è: «In caso di dubbio o di situazione potenzialmente controversa, *prima* di inoltrare o rispondere, chiedere». Ritorneremo sull'argomento con alcuni esempi specifici, ma quasi tutti i componenti del gruppo hanno già esperienza al riguardo e hanno già ricoperto ruoli in cui era necessario parlare «a nome di un'istituzione».

Andrea suggerisce che Lai venga incaricato di gestire come «primo responsabile» la pagina Facebook del «Festival delle culture», visto che ha già esperienza al riguardo (gestisce le pagine della «Rappresentanza degli immigrati» e dell'associazione senegalese «Asra»).

*Instagram*. Lo scorso anno gli organizzatori hanno utilizzato questo strumento durante i giorni dedicati alla manifestazione lanciando l'hashtag #festivaldelleculture2013.

L'hashtag è assolutamente non adatto (troppo lungo) e si suggerisce di valutare qualcosa come #fdc2014 o #culture2014 (o altro che ci venga in mente).

Veronica propone di contattare Instaravenna e Igersravenna per opportunità di collaborazione e la possibilità di affidare a loro diversi contest in «preparazione» al festival e durante il festival. Sono realtà molto attive sul territorio, con cui ci piacerebbe avere a che fare. Veronica viene incaricata del contatto.

*Twitter*. Richiede un impegno troppo costante e non abbiamo una persona da dedicare. Per il momento resta in sospeso. Veronica propone di fare una ricerca sugli hashtag legati alla cultura e alla multiculturalità.

## **Idee creative per promuovere il Festival**

Modalità creative per promuovere il Festival creano una situazione *win-win* (generi una cosa divertente e interessante, che poi automaticamente la gente «rilancia» per il fatto che è un po' diversa e originale).

Andrea invita tutti i membri del gruppo a pensare a idee creative di qualsiasi tipo, che siano preferibilmente *semplici* (ovvero: semplici da realizzare e/o non costose), *entusiasmanti/eccitanti* e possibilmente legati a concetti contigui al festival (*multiculturalità*, multilinguismo, accettazione di uno sguardo "diverso", eccetera).

Un esempio di idea «diversa», semplice, bella e davvero ben riuscita è stata l'iniziativa «Leghiamo la città con un filo» del Gruppo Dello Zuccherificio (di cui Veronica fa parte): <http://gruppodellozuccherificio.org/2013/05/13/leghiamo-la-citta-con-un-filo/>.

Andrea propone la prima idea che gli viene in mente: scrivere un testo di mezza pagina/una pagina utilizzando 20, 30 lingue diverse. Poi invitare le persone a «risolvere il puzzle» e a tradurlo. Magari con un mini-concorso (chi riesce a tradurre il tutto correttamente potrebbe ricevere un buono-acquisto in una libreria cittadina, o qualcosa del genere).

Questo è un buon esempio di iniziativa, perché «suona» intrigante (per la stampa), si realizza con poco, e segue la nostra filosofia: per realizzare un testo del genere si possono utilizzare anche diverse lingue «non arcinote» (wolof, swahili, eccetera): siccome nessuna persona al mondo è in grado di parlare così tante lingue, servirà di sicuro un approccio collaborativo, per risolvere un puzzle del genere. Che persone di diverse culture si mettano a collaborare fra loro è proprio quello che vogliamo. (E noi stessi dovremo collaborare per comporre il testo! ;-)

Tutti sono invitati a presentare idee simili, anche i componenti degli altri gruppi.

## **DECISIONI PRESE:**

Per la prossima riunione si invitano i membri del gruppo a verificare i compiti affidati e ad attivarsi per iniziare il lavoro.

Pensare ancora a modalità «creative» di veicolare il concetto di «diverse culture».

Sarebbe bene anche ricercare 2-3 nuovi membri, per avere un po' più di margine di manovra.

## **ALTRO:**

Diamo il benvenuto nel gruppo a Pernilla Vall (che ci ha contattati subito dopo la riunione).

Viene fissato il prossimo incontro per giovedì 6 febbraio alle ore 20:00, presso la Casa delle Culture.

Sarà una riunione breve con il seguente ordine del giorno:

- Strategie di comunicazione: breve carrellata sulle "regole" fondamentali
- Strategie di comunicazione: quali differenze per i nuovi media?

- Sito: quali novità e chi se ne occupa?
- Sviluppi concreti: mailing list, instagram, casella di posta, idee creative, ecc. Date, responsabilità, scadenze, approcci.
- Varie ed eventuali.