

COMUNICATO STAMPA

MALATTIE RARE E VISIBILITA', UN CORSO PER LE ASSOCIAZIONI

Il portale aidweb.org organizza a Milano un seminario gratuito di comunicazione sociale per le associazioni di pazienti affetti da malattie rare dal titolo:

"Malattie rare e visibilità: come attuare una strategia di comunicazione efficace"

E' organizzato dal portale "aidweb.org - Insieme contro le malattie rare" e si svolgerà a Milano il 22 ottobre, il seminario di comunicazione sociale dal titolo: "Malattie rare e visibilità: come attuare una strategia di comunicazione efficace".

Il seminario si rivolge alle associazioni di familiari e di pazienti affetti da malattie rare - che hanno l'esigenza di migliorare l'efficacia delle loro attività di comunicazione nei confronti dei media, delle istituzioni e del pubblico, allo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica, di consolidare i rapporti con le istituzioni e di concepire e avviare azioni finalizzate alla raccolta di fondi.

La conoscenza delle tecniche di base della comunicazione (scrivere un comunicato stampa, preparare un dossier per un interlocutore istituzionale, elaborare una domanda di partnership rivolta a un'azienda, organizzare un evento benefico...) rappresenta per le associazioni uno strumento indispensabile per far sentire la propria voce, spesso resa debole dalla mancanza di grandi numeri riferiti all'incidenza di una determinata sindrome rara.

Partendo dall'autopresentazione delle associazioni e dall'analisi dei diversi tipi di attività ed esigenze, verrà richiesto ad ogni singolo partecipante di descrivere i propri obiettivi nelle future attività di comunicazione e le lacune teoriche e pratiche che desiderano colmare attraverso la partecipazione al seminario.

Il programma del seminario si articola in una prima sezione teorica seguita da lezioni pratiche, veri e propri laboratori finalizzati alla produzione di strumenti di comunicazione (comunicati stampa, campagne stampa, lettere, brochure, dossier, ideazione di eventi, ecc.).

Il seminario, completamente gratuito, accoglierà uno o due rappresentanti di ogni organizzazione iscritta, e si svolgerà nella Sala delle Colonne della Banca Popolare di Milano, in via San Paolo 12. Si sviluppa in un'unica giornata, dalle ore 9:00 alle ore 18:00, con un'ora di intervallo. Iscrizioni entro il 15 ottobre.

Milano, 24 settembre 2004

Per informazioni supplementari: Ufficio stampa e comunicazione - Francesca Savoia - Laura Zocchi
Tel. 02 40093602 - Fax 02 89077388 - e-mail: area@area.fastwebnet.it

PROGRAMMA DEL CORSO

PARTE PRIMA

1. **Introduzione alla comunicazione sociale.** Definizioni, differenze e punti di contatto con la comunicazione profit.
2. **Come si è evoluta la comunicazione sociale.** Una panoramica sulla comunicazione sociale in Italia e all'estero. Il caso Pubblicità Progresso (con la visione in proiezione delle più note campagne sociali).
3. **Che cosa comunicare.** Definire la propria vision e la propria mission.
4. **A chi comunicare.** Definizione dei diversi pubblici. In particolare, il ruolo dei media

PARTE SECONDA

1. **Organizzare e gestire l'Ufficio stampa.** Il ruolo dell'ufficio stampa in un'associazione non profit.
 - avviare un ufficio stampa
 - implementare e utilizzare un database di giornalisti e media
 - redigere un comunicato e preparare un kit stampa
 - pianificare e svolgere attività di pr e contatti con i media
 - fare il recall e il monitoraggio delle uscite
 - preparare una rassegna stampa
2. **Ideare e organizzare un evento**
 - identificare l'obiettivo
 - ideare ed elaborare un progetto creativo
 - valutare correttamente le forze disponibili/gestire le risorse umane
 - organizzare la logistica e gestire gli aspetti tecnici e pratici legati all'evento
 - analizzare a posteriori il successo dell'evento in termini di promozione e visibilità
3. **Ideare e realizzare una campagna**

Come individuare il tema della campagna

 - lavorare con le cifre. Statistiche e sondaggi.
 - lavorare con un volto. Il testimonial
 - lavorare con le storie. La testimonianza
 - lavorare con le immagini. L'archivio fotografico

4. La partnership con le aziende e il fund raising

Come prepararsi ad avviare dei contatti con un potenziale partner/sostenitore e come gestirli

- produrre una presentazione dettagliata delle attività dell'associazione
- comprovare il corretto utilizzo dei fondi
- fornire dei giustificativi all'impresa per motivi fiscali
- fornire una documentazione che l'impresa utilizzerà per redigere il proprio bilancio sociale

ESERCITAZIONI:

- Redazione di un comunicato stampa
- Ideazione di uno slogan per una campagna
- Ideazione di un manifesto pubblicitario o di un dépliant

5. Conclusione e compilazione del questionario di valutazione.

6. Consegna del diploma di partecipazione

N.B. Il programma sopra descritto non è da considerarsi definitivo, ma potrà essere suscettibile di modifiche che potranno rendersi opportune per la tipologia delle associazioni iscritte e per le finalità statutarie indicate dalle stesse.



**CORSO PER ADDETTI STAMPA
NELLE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT**
modulo di iscrizione

NOME ASSOCIAZIONE _____

INDIRIZZO _____

TEL. _____ FAX _____ e-mail _____

FINALITA' DELL'ASSOCIAZIONE _____

NOME E COGNOME DEI PARTECIPANTI (max due referenti)

1) _____

TEL/CELL. _____ FAX _____ e-mail _____

2) _____

TEL/CELL. _____ FAX _____ e-mail _____

Il presente modulo va compilato e consegnato al banco di registrazione Sabato 20 Marzo, nel corso della Giornata Nazionale per le Malattie Rare. Può inoltre essere inviato entro il 31 luglio 2004 (fax: 02 89077388 - e-mail area@area.fastwebnet.it, info@aidweb.org).

Il corso si svolgerà presumibilmente nel mese di ottobre e gli iscritti saranno convocati con un mese di anticipo.

Preferenza giorno settimanale per il corso: (barrare il giorno prescelto) Venerdì Sabato

Il corso è completamente gratuito, si svolgerà a Milano in luogo da definirsi ed è a numero chiuso. Saranno iscritte le prime 30 associazioni che invieranno il modulo di adesione.