

PROGRAMMAZIONE ATTIVITA' 2007 Ufficio COMUNICAZIONE

Negli anni 2005-2006 l'Ufficio Comunicazione ha moltiplicato la sua capacità operativa modificando ed ampliando le sue attività e coinvolgendo un maggior numero di collaboratori. Si è puntato in modo specifico sul miglioramento del web-site da cui la capillarizzazione dell'informazione interna ed esterna oltre ad una serie di iniziative con il mondo dei media che si pensa possano permettere di conseguire maggiori risultati nella divulgazione delle informazioni e delle attività federali.

Il Consiglio Federale intende continuare ad investire in questa strategica attività migliorando ulteriormente le iniziative, rafforzando la struttura dei collaboratori, attivando nuove iniziative operative, coinvolgendo maggiormente la propria base.

Il Settore Stampa e Comunicazione deve poter operare in modo sinergico con le strutture della FIC, in particolare per quanto riguarda il Settore Tecnico e il COEX, identificando gli strumenti più significativi per incrementare, esaltare e trasmettere le informazioni relative a tutti ciò che coinvolge il " fare " federale.

Questo documento, che raccoglie tutte le attività programmate o programmabili per il 2007, può essere considerato oltre che uno strumento che indica quali obiettivi si vuole raggiungere, anche una piattaforma di discussione per identificare insieme tutti gli aspetti inerenti al **progetto metodologico di sviluppo** che la FIC si vuole dare.

1. Organigramma dell'Ufficio Stampa

- **Enzo Molteni, Consigliere Federale Addetto:** sovrintende le attività dell'Ufficio Stampa, ne è responsabile e ne riferisce in CF, raccogliendo le proposte e sviluppando la programmazione alla luce delle esigenze evidenziate.
- **Franco Morabito, Capo Ufficio Stampa:** rapportandosi con il Consigliere federale addetto promuove, coordina, dirige ed organizza sul piano esecutivo tutte le attività del Settore assumendosi le responsabilità del funzionamento dello stesso. Sovrintende alla realizzazione dell'Annuario federale.
- **Enrico Tonali, Componente Ufficio Stampa:** agisce in stretta collaborazione con il Capo Ufficio Stampa con l'incarico di promuovere e sviluppare le attività del Settore dagli Uffici della Federazione; è altresì responsabile della tenuta degli archivi federali e si occupa dell'aggiornamento dei dati nell'Annuario federale.
- **Claudio Tranquilli, Componente Ufficio Stampa:** collabora con il Capo Ufficio Stampa avendo cura di seguire in prima persona la copertura di tutti gli eventi nazionali e di tenere i contatti, nell'ambito del COEX, con i comitati organizzatori locali.

- **Enrico Bozzello, Gestore operativo del Web-Site:** relazionandosi al Capo Ufficio Stampa cura e rende operativo il sito federale.
- **Fotografo/i:** tutte le manifestazioni internazionali verranno seguite da un fotografo che raccoglierà materiale per il sito e per ottemperare agli accordi con gli sponsor ed arricchire la fototeca federale. Così come saranno seguite tutte le gare nazionali, ed opportunamente registrate secondo il programma definito ad inizio stagione.
- **Altri Collaboratori:** per il raggiungimento degli obiettivi programmati l'Ufficio può avvalersi di altre figure professionali segnalate ad inizio stagione o per determinati compiti specifici di volta in volta dal Capo Ufficio Stampa.
- **Elena Sagretti, Responsabile organizzativa ed amministrativa** con compiti di coordinamento e raccordo di tutte le attività dell'Ufficio, sia per la comunicazione che per il marketing.

2. Ufficio Stampa sui campi di gara nazionali ed internazionali:

2.1 L'Ufficio Stampa sarà presente in tutte le manifestazioni nazionali con un proprio addetto, nella persona di Claudio Tranquilli, che curerà con i responsabili del COEX ed il C.O. locale, i seguenti aspetti:

- o allestimento Sala e Tribuna Stampa
- o organizzazione di Conferenze Stampa territoriali pre manifestazioni.
- o controllo ed accredito dei giornalisti e dei fotografi
- o rapporti con la RAI e con i responsabili delle auto produzioni
- o conferenze stampa di presentazione dell'evento.
- o Stampe brochure e depliant della manifestazione
- o Manifesti
- o Accredito /inviti
- o Linee telefoniche e internet
- o Speakers: Uno sulla linea di arrivo, uno sul pontile per le premiazioni per le interviste ai vincitori, uno in acqua per descrivere i primi 1000/1500 metri della gara
- o Musica: un addetto alle musiche (intrattenimento, premiazioni, inni)

2.2 L'Ufficio Stampa sarà presente in occasione delle manifestazioni internazionali FISA oltre che alla Coup de la Jeunesse di Varese ed alla Regata Master di Zagabria .

Si sta predisponendo il piano presenze con Rai Sport e con Radio Rai.

3. Strategia di Comunicazione tramite Eventi

Si vogliono indicare le strategie di comunicazione che attraverso l'organizzazione di eventi o di manifestazioni comunichino i messaggi ed i valori della FIC:

3.1 Conferenze Stampa – E' necessario che la Federazione organizzi una serie di Conferenze stampa in occasione dei principali eventi sportivi. Creando momenti di incontro con i giornalisti si ha l'opportunità di presentare le iniziative che la FIC intraprende o ha intenzione di intraprendere.

- 3.2 **Partecipazione a Fiere e Festival:** previsti Stand alla nuova Fiera di Roma della Nautica, Festival del Fitness, Fiera di Genova.
- 3.3 **120 anni di successi e di tradizione vincente** – Una fortunata coincidenza vuole che i Giochi Olimpici di Pechino coincidano con il 120 anno dalla fondazione della Federazione . Questo permette aldilà della realizzazione di un libro storico, di presentare una serie di iniziative culturali tese a valorizzare l'evento (libro, francobollo, concorso fotografico, mostre etc.)
- 3.4 **Concorso Fotografico:** è alla studio la possibilità di organizzare un concorso fotografico nazionale monografico sul Canottaggio in partecipazione con una primaria casa di prodotti fotografici ed altre istituzione prestigiose.

4. **Comunicazione diretta ai Media**

Come per l'anno 2006 si ripropongono le seguenti iniziative:

- 4.1 **Comunicati Stampa** - Nel 2006 sono stati emessi n. 287 comunicati stampa inviati a circa 250 giornalisti della mailing list. E' opportuno mantenere sempre aggiornata la mailing list, anche con il contributo degli addetti stampa locali.
- 4.2 **CD fotografico** – Realizzazione di uno o più CD contenenti le foto di tutti gli equipaggi che partecipano ai Campionati del Mondo, da inviare a tutte le principali testate giornalistiche prima dei Campionati del Mondo .

5. **Documentazione video**

- 5.1 **Realizzazione** di un DVD con le più belle sequenze dei Campionati del Mondo e qualificazione olimpica di Monaco 2007
- 5.2 **Realizzazione** di un DVD promozionale di 4/5 minuti per illustrare ai giovani della Scuole il meraviglioso mondo del canottaggio.

6. **Web Site Federale**

Con un totale di oltre 6.000.000 di richieste per pagine visitate, nel 2006 il sito federale ha conseguito uno straordinario successo, incrementando di quasi un terzo i suoi fruitori abituali. Il sito www.canottaggio.org è un ottimo biglietto da visita della Federazione. Oltre alla tante miglione del 2006 ,sta riscuotendo particolare successo l'iniziativa della pubblicazione delle notizie che vengono tradotte con regolarità da alcuni siti stranieri ,primo quello della FISA.

- 6.1 **Ammodernamento del sito**, in vista anche dell'imminente cambio di provider, per renderlo sempre più attuale ed appetibile
- 6.2 **Servizio Rassegna Stampa sul sito** - Si propone di mantenere anche per il 2007 nel periodo Memorial d'Aloja fine stagione agonistica il rapporto di collaborazione con la DataStampa e con la Mectro.
- 6.3 **Sezione Giudici Arbitri e Tecnici** - creazione sul sito di una apposita Sezione destinata ai Giudici Abitri e aggiornamento di quella dei Tecnici

- 6.4 **Censimento** giornalisti e testate che hanno scritto articoli pubblicati nella Rassegna Stampa.
- 6.5 **Fotografie sul sito internet** - Il sito deve contenere una galleria fotografica di tutti gli atleti e degli equipaggi azzurri, in risoluzione compatibile con le esigenze dei giornali a colori, scaricabile dai media gratuitamente. Il sito dovrà altresì contenere una galleria fotografica degli equipaggi che si sono piazzati in medaglia alle regate più significative che si svolgono in Italia (campionati, ecc...) ed all'estero, per le quali venga espressamente richiesta dall'Ufficio Stampa la presenza del fotografo.
- 6.6 **Schede atleti azzurri e staff tecnico** - Si rende opportuno provvedere anche per il 2007 all'aggiornamento delle schede di tutti gli atleti – suddivisi per categoria di appartenenza – che fanno parte delle squadre Nazionali. Dette schede, oltre che in forma cartacea, dovranno essere inserite sul sito federale, unitamente alla foto dell'atleta, scaricabile da chi ne abbia interesse.
- 6.7 **Web-Tv** - possibilità di inserire sul sito contenuti audiovisivi relativi ad eventi di particolare importanza: gare, conferenze stampa, convention.
- 6.8 **Sezione interviste audio** - creazione di un nuovo servizio con invio per e-mail di materiale audio alle varie emittenti radiofoniche nazionali e locali, ed inserimento sul sito.
- 6.9 **Servizio sms**, per invio di notizie flash attraverso sms su cellulari

7. Pubblicazioni

Nell'ambito delle pubblicazioni, escluso che si possa riprendere la pubblicazione della Rivista federale in assenza di sponsor e mecenati, le pubblicazioni previste nel 2007 possono così essere riassunte.

- 7.1 **Annuario** - per il 2007 la redazione deve essere affidata ad un' unica persona che, collaborando con Enrico Tonali, segua sia la redazione che l'inserimento dei risultati agonistici.
- 7.2 **Calendario** - Anche per il 2008 si prevede la realizzazione del calendario con le migliori immagini dell'anno
- 7.3 **Locandina Giudici Arbitri** - al fine di favorire la diffusione dell' iniziativa tesa a potenziare il reclutamento del gruppo Giudici Arbitri, si sta predisponendo una locandina da distribuire in occasione dell'Assemblea di Dicembre.
- 7.4 **Manifesto/i** - n. 4 (100 X 70 cm) da realizzare con le più belle immagini dell'anno e/o legati ad una campagna promozionale volta al mondo giovanile.
- 7.5 **Diario scolastico** - dedicato agli studenti delle Scuole Elementari, Medie e Superiori. Un compagno di viaggio per tutto l'anno scolastico che si affianchi al loro percorso sportivo. Un efficace mezzo di promozione ma anche di informazione in quanto conterrà notizie di diversa natura (storia, regole, statistiche, campioni, curiosità, ecc.)
- 7.6 **Bilancio Sociale**: nel 2007 potrebbe prendere finalmente corpo la realizzazione del Bilancio Sociale della FIC. Il documento del 2006 è quasi

ultimato e una volta predisposto il modello risulta molto facile realizzare quello del 2007

7.7 Piano Mktg – aggiornamento, revisione e stampa del piano marketing federale 2007

7.8 Libro sui 120 Anni della Federazione

Il libro dovrà uscire nel 2008. Il periodo che nel libro verrà preso in considerazione è quello compreso fra il 1888 ed i Giochi Olimpici di Pechino, in pratica 120 anni di FIC.

Filone principale dell'opera – che verrà firmata dalla Federazione Italiana Canottaggio – sarà la storia della FIC, non eccessivamente corposa, ma completata ed arricchita da inserti contenenti argomenti vari (Società, personaggi, grandi regate, avvenimenti particolari), foto storiche e di attualità, riproduzioni di oggetti (coppe, medaglie, distintivi, documenti) e tabelle riportanti in riassunto i risultati più importanti.

La redazione del libro sarà composta di tre elementi: il supervisore, il redattore ed i collaboratori. I loro nomi figureranno all'interno del libro, in una apposita manchette.

Il supervisore sarà il responsabile ultimo del libro; il redattore scriverà la storia della FIC ed inserirà i complementi forniti dai collaboratori, ai quali il supervisore assegnerà temi e dimensioni degli scritti, o tipologia delle foto e riproduzioni.

In qualche modo, tutte le città e le zone remiere più importanti, i personaggi maggiormente significativi, i sodalizi storici, gli avvenimenti eclatanti dovranno essere menzionati nel libro. Pertanto sarà importante raccogliere da più parti le indicazioni opportune perché non vi siano omissioni.

Fra i vari argomenti specifici da trattare: Evoluzione tecnica, Il canottaggio attraverso i francobolli, Le società centenarie, Enti militari.

8. Comunicazione Video e Radio

8.1 RaiSport - Il contratto della cessione dei diritti scade a Dicembre 2006. A firma del Presidente federale è stato già inviata una lettera di congratulazioni e di richiesta incontro al nuovo Direttore di Rai Sport Massimo De Luca. Il contratto del biennio 2005-2006 prevedeva la cessione dei diritti per € 10.000 e la realizzazione a spese della FIC di 4 video auto prodotti da mandare su RAI SPORT SAT, e altre 4 manifestazione prodotte dalla RAI . La Rai detiene i diritti della manifestazioni di World Cup e dei Campionati del Mondo.

8.2 Radio Rai - E' già stata inviata una lettera per cercare un incontro con il direttore di Radio Rai Marco Martegani. La presenza di un giornalista a Lucerna e ai Mondiali, come l'anno 2006, è il risultato minimo che ci si propone.

8.3 Radio Privata – Si ritiene strategicamente fondamentale un accordo di collaborazione con una o più catene di radio private. La tecnologia permette di realizzare brevi clip di interviste ai nostri campioni e comunicati stampa in occasioni dei più importanti eventi agonistici e inviarle ai network radiofonici con internet per la messa in onda.

Potenziamento delle Strutture periferiche e dei Comitati Organizzatori.

Nell'ambito della **strategia di Comunicazione tra Centro e Periferia** e nel rafforzamento della capacità di Comunicazione dei Comitati Organizzatori Locali continua l'opera di identificare presso i Comitati e le Delegazioni regionali e nei Comitati Organizzatori Locali di Addetti Stampa che possano creare con l'Ufficio di Comunicazione federale una rete di scambio e di amplificazione continua e reciproca di tutte le informazioni inerenti l'ambito locale e nazionale.

In particolare si vuole:

- Ogni Organo Territoriale ed ogni Comitato organizzatore dotato di un addetto stampa.
- Migliorare e aggiornare le singole mailing list e quella federale.
- Avvicinare un nuovo gruppo di giovani pubblicitari alle problematiche del Canottaggio, al fine di rinnovare l'ambiente e coinvolgere nuove risorse.
- Permettere ad ogni struttura periferica di amplificare le proprie iniziative: comunicare le gare, valorizzare gli elementi e i valori delle società, degli atleti, delle iniziative del Comitato, contattare le strutture locali di Televisioni, Radio e Giornali promuovendo interviste, contatti, trasmissioni specifiche.
- Avere un punto di riferimento locale capace di promuovere eventuali iniziative federali, d'intesa con l'Ufficio Comunicazione centrale.