

# In che modo Mediatizzare un progetto o un'attività giovanile



dalla teoria alla pratica

## Obiettivi

Fare in modo che il progetto o l'attività giovanile che si vuole proporre venga adeguatamente pubblicizzato tramite i media (radio, televisioni, giornali, siti Internet, ecc.).

## Fasi indicative di realizzazione del progetto

Preparare una cartella stampa che contenga:

° una lettera di presentazione personalizzata che presenti in poche righe il progetto o l'attività che si vuole far conoscere (denominazione dell'evento, luogo, data e orario in cui si svolge, eventuale costo del biglietto d'entrata, eventuali punti di prevendita, eventuale sito Internet di presentazione, numero telefonico per ottenere ulteriori informazioni);

° una pagina di copertina, possibilmente accattivante, a colori, con un titolo chiaro, la presenza di un logo se lo si ha, un'immagine che richiami l'attività o la manifestazione che si vuole pubblicizzare;

° una presentazione del progetto, nella quale, con chiarezza e sinteticità, si espongono le caratteristiche e l'originalità dell'attività o della manifestazione che si intende pubblicizzare;

° gli obiettivi, quelli di chi organizza l'evento e quelli dei beneficiari del progetto. Sottolineare con enfasi se l'attività ha scopi umanitari, sociali, ricreativi, educativi o benefici;

° una presentazione di chi organizza l'attività. Se è un'associazione giovanile citare gli scopi della stessa, se è un gruppo giovanile i suoi obiettivi;

° un elenco degli sponsor e degli enti pubblici e privati che sostengono l'evento;

° Inviare via e-mail o per posta la cartella stampa a tutte le redazioni: dei quotidiani, dei settimanali e dei periodici, sia ticinesi che della fascia di confine ("La Prealpina" e il "Corriere di Como" per esempio); dei giornali on line; delle radio e delle televisioni pubbliche e private.

Se l'evento è di grande impatto o d'importanza cantonale organizzare una conferenza stampa ricordando di:

° preparare una cartella stampa;

° invitare alla conferenza stampa tramite lettera o e-mail, con almeno 5 giorni d'anticipo, tutte le redazioni dei mass media (quotidiani, settimanali e periodici, radio e televisioni pubbliche e private, giornali on line). Nell'invito ai giornalisti citare esclusivamente le informazioni essenziali dell'evento (denominazione, luogo, data e orari d'inizio e presenza di eventuali ospiti alla conferenza stampa). Non è strategico inviare in allegato la cartella stampa;

° telefonare il giorno prima della conferenza stampa a tutte le redazioni per ricordare l'appuntamento e sollecitare gentilmente una loro presenza;

° invitare alla conferenza stampa, oltre gli organizzatori, anche degli artisti o dei personaggi pubblici che parteciperanno o sosterranno l'evento;

° alla conferenza stampa consegnare a ogni partecipante la cartella stampa;

° terminata la conferenza stampa inviare via e-mail o in posta celere la cartella stampa alle redazioni dei mass media che sono stati invitati ma che non hanno potuto partecipare all'incontro.

Prendere contatto con le radio pubbliche e private per organizzare delle interviste di presentazione dell'evento.

## Consigli

La cartella stampa deve essere scritta a computer, evitando errori d'ortografia. Ricordarsi di firmare la lettera d'accompagnamento con firma autografa.

Allegare alla cartella stampa delle belle foto, meglio se digitali, di eventi simili e degli artisti che interverranno all'evento (le foto, se verranno pubblicate, garantiscono uno spazio maggiore).

Organizzare con le radio pubbliche e private dei concorsi nei quali si possono vincere dei biglietti d'entrata dell'evento se lo stesso è a pagamento. È strategico fare regalare, nei concorsi radiofonici, un solo biglietto d'entrata a ciascun vincitore.

Proporre con un quotidiano ticinese un concorso per i lettori o solo per gli abbonati del giornale in cambio di spazi pubblicitari. Anche in questo caso fare regalare un solo biglietto d'entrata a ciascun vincitore del concorso.

Se si va in radio o in televisione per un'intervista di presentazione cercare di arrivare in orario e preparati (farsi dei promemoria da eventualmente leggere in caso di panico) e il più possibile rilassati. Evitare di arrivare trafelati ed essere di fretta.

## Costi

Molto ridotti: duplicazione della cartella stampa (a colori almeno la prima pagina del dossier), telefonate di conferma ed eventuali invii postali della documentazione prodotta per chi non ha potuto partecipare all'eventuale conferenza stampa. Se si organizzano dei concorsi radiofonici o tramite un quotidiano, il mancato guadagno del biglietto offerto (incide solo se i posti sono limitati).

Ufficio dei giovani  
Via Henri Guisan 3  
6500 Bellinzona  
Tel. 091 814 86 91  
E-mail: [info@ti.ch](mailto:info@ti.ch)  
[www.ti.ch/infogiovani](http://www.ti.ch/infogiovani)

---

La "Carta delle politiche giovanili in Ticino", così come "La Carta delle politiche giovanili: dalla teoria alla pratica" e le sedici "Schede tematiche", possono essere scaricate o ordinate tramite il sito Internet: [www.ti.ch/infogiovani](http://www.ti.ch/infogiovani).

Per ricevere gratuitamente, al proprio domicilio, una o più copie dei due opuscoli o delle sedici schede, è sufficiente telefonare durante gli orari d'ufficio allo: 091 814 86 91.

Elenco delle singole schede tematiche a disposizione: "Come organizzare un Forum dei giovani" - "Come costruire un consenso e realizzare un Centro giovanile" - "Come richiedere e ottenere uno spazio pubblico" - "Come realizzare e organizzare un Infoshop" - "Come realizzare Demo, Ep, CD e Compilation" - "Come realizzare video, video-clip, corti e lungometraggi" - "Come realizzare un giornale giovanile o studentesco" - "Come organizzare concerti, manifestazioni musicali e Open Air" - "Come realizzare e organizzare spettacoli teatrali o di danza" - "Come e perché fare del volontariato" - "Come mediatizzare un progetto o un'attività giovanile" - "Come trovare sponsor, sussidi o fondi per attività giovanili" - "Come realizzare uno Skate park" - "Come costituire un'associazione" - "Come allestire una contabilità" - "Come creare dei legami e progettare un concetto di animazione di strada".