

“Master in Comunicazione ”
Seminario tecnico di comunicazione per dirigenti CSI territoriali

Data: 12, 13, 14 Marzo 2010

Location: Centro Tecnico Federale - Coverciano

Destinatari: Dirigenti dei Comitati territoriali CSI

Quota di iscrizione: € 150,00

Modalità di pagamento: tramite bonifico bancario sul c/c acceso presso **Unicredit Banca**
intestato a Centro Sportivo Italiano – Presidenza Nazionale:
IT 03 P 03002 05214 000004505389

Causale: **Master Comunicazione n. ... persone Comitato di**

Organizzatore e promotore:

Presidenza Nazionale CSI

Coordinamento scientifico:

Studio Ghiretti & Associati

Obiettivi:

Il Master vuole offrire ai referenti locali del CSI la possibilità di confrontarsi con esperienze di più ampio respiro, dalle quali ricavare indicazioni e strumenti utili per migliorare e potenziare le iniziative legate alla comunicazione. Questa proposta si colloca coerentemente all'interno della politica già avviata dalla Presidenza del CSI per favorire la crescita costante ed uniforme delle realtà territoriali.

Programma:

Venerdì

16,00 Accoglienza

ORARIO	RELATORE	TEMA
21,00 - 22,00	<u>Massimo Achini</u> , Presidente CSI	Introduzione

Sabato

ORARIO	RELATORE	TEMA
9,30 - 11,30	<u>Roberto Ghiretti</u> , presidente Studio Ghiretti	Comunicare, ovvero l'arte di essere territorialmente percepiti e credibili
11,30 - 13,15	<u>Leandro De Sanctis</u> , redattore "Corriere dello Sport"	Un dialogo aperto: errori da evitare e buone pratiche da seguire
13,15 - 14,30	PAUSA PRANZO	
14,30 - 16,15	<u>Enrico Gelfi</u> , coordinatore Area comunicazione Studio Ghiretti	Gli strumenti e azioni del comunicatore
16,15 - 18,00	TBD CSI - max 4 esperienze	Best practice

Domenica

ORARIO	RELATORE	TEMA
9,00 - 9,45	Santa Messa	
9,45 - 10,30	Visita libera al Museo del calcio	
11,00 - 12,00	<u>Andrea Fusco</u> , conduttore "Dribbling"	Lo sport in tv

Comunicare, ovvero l'arte di essere territorialmente percepiti e credibili:

Un messaggio, mille interlocutori: la moltiplicazione degli stakeholders dell'Ente.

Dalla sponsorizzazione classica all'approccio progettuale

L'acquisizione della "buona reputazione"

Gli strumenti e le azioni del comunicatore - Approccio "strumentale":

L'architettura dell'ufficio stampa: il data base, il comunicato stampa, la conferenza stampa, il sito internet, il recall e le media relations.

L'archivio di informazioni e di materiale iconografico e videografico.

Il segreto scaccia-crisi: l'auto produzione (il vantaggio di gestire un proprio fotografo e/o video operatore).

L'uso della tecnologia: il file sharing on line, il Feed RSS, l'upload degli utenti, ecc.

Un dialogo aperto: gli errori da evitare e le buone pratiche da seguire - Approccio "sostanziale":

Quali contenuti favorire per rapportarsi agli organi di stampa.

Notiziabilità e ricerca della curiosità: come rendere appetibile un'informazione.

Gli errori da evitare e le buone pratiche da seguire

Le nuove opportunità: gli spazi illimitati di internet (contro gli spazi sempre minori della carta stampata).

Best practice:

Il racconto di alcune esperienze particolarmente significative dei Comitati CSI territoriali che hanno prodotto risultati innovativi nell'ambito della comunicazione (es: l'iniziativa del Comitato di Padova di auto prodursi la trasmissione televisiva).

Attendiamo dal CSI l'elenco definitivo dei casi da presentare. Max 4 storie

Lo sport in Tv:

Testimonianza del protagonista di un programma sportivo di successo.