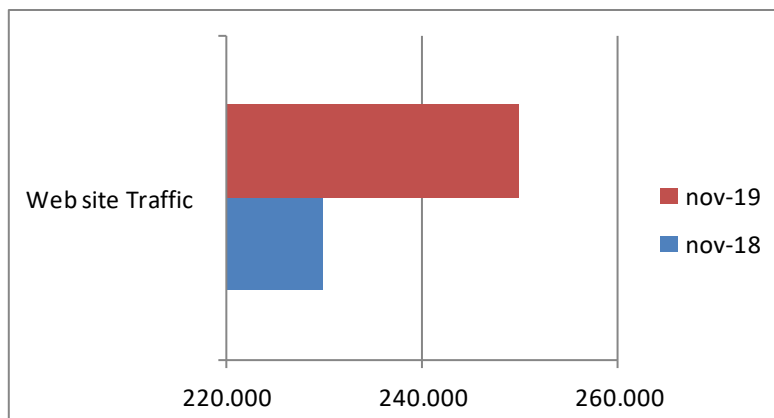
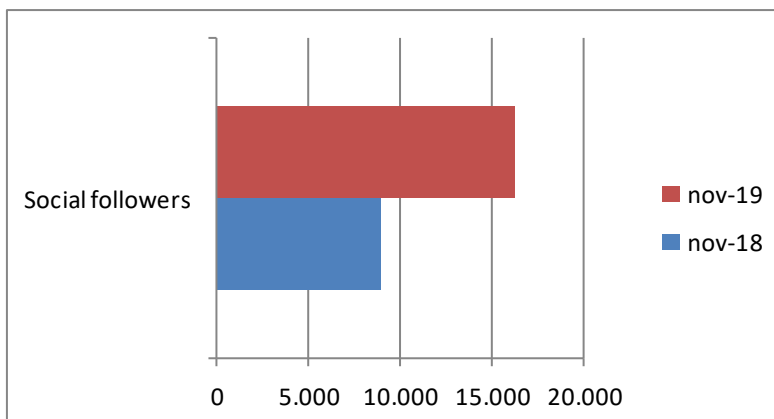
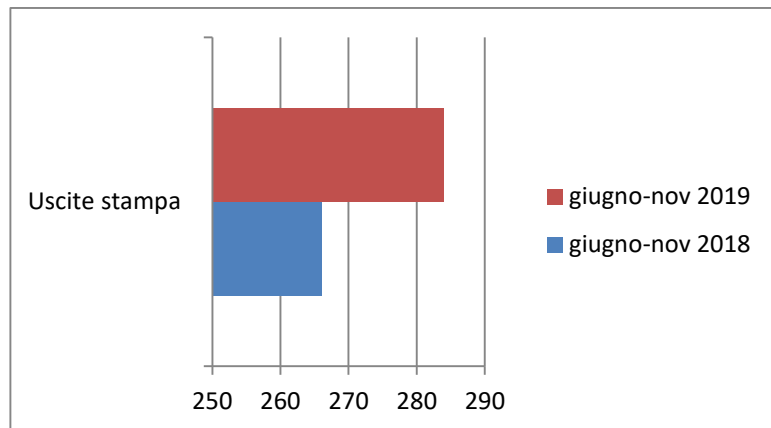


Programma attività Settore Comunicazione

1. Analisi di contesto, il confronto 2018-2019:





2. Analisi di contesto, l'avvio del cambiamento nel 2019: verso una maggiore promozione del marchio AiCS

Come progettato e annunciato a cavallo tra il 2018 e il 2019, nel corso del 2019 l'ufficio comunicazione ha avviato un graduale cambiamento e aggiornamento dei canali di comunicazione. Nel dettaglio:

- **Avviato sistema di controllo della customer satisfaction** (aprile 2019: questionario su rilevamento qualità di comunicazione AiCS)
- **Avviata ristrutturazione della digital communication** e canali on line generici con: sistemazione della comunicazione sui social media, avvio di canali digitali nuovi (Instagram, YouTube), razionalizzazione e rimodulazione grafica di AiCSonline.
- **Avviata ristrutturazione dei canali promozionali off line**, e aumentata l'offerta degli stessi: guida ai servizi, campagna di tesseramento, calendario AiCS, guida alle tessere, circolari solo su settore comunicazione.
- **Promosso campagne di comunicazione in ambito sociale, ampliando il rapporto con i media "sociali"**. Aggiunto il comparto comunicazione alla progettazione sociale.
- **Ristrutturazione grafica e rilancio di Presenza Nuova**. Lo stile dell'house organ di AiCS è stato rivisto e raffinato a maggio scorso, in vista del numero celebrativo dei 50 anni del giornale, a dicembre 2019. **Servizi più approfonditi, firme eccellenti e interviste ad alte istituzioni hanno completato un piano di elevazione dei contenuti e della forma** che, ad oggi, danno a Presenza Nuova un carattere più autorevole mantenendo però un "tono di voce" accogliente e informativo.

L'avvio del processo di affinamento delle tecniche di comunicazione in vista di una vera e propria ristrutturazione del piano editoriale digital, **ha già prodotto apprezzabili cambiamenti positivi** con un aumento delle uscite stampa del brand AiCS, un aumento dei follower sui social media e un aumento del traffico al sito nelle pagine "Servizi ai soci", "Assicurazioni", "Come si aderisce", segno che i nuovi follower del sito sono non soci, sui quali è bene in futuro avviare azione di **retargeting**.



3. Analisi campagne-traino nel 2019

All'aumento della visibilità di AiCS sui media on line e off line, **concorre certamente la scelta dei contenuti da veicolare**. Nel 2019, le campagne che hanno maggiormente "promosso" AiCS sono state:

- **Museo del calcio itinerante**
- **Ambiente: rifiuthlon, corso per soccorso tartarughe, premi a giornalisti settore ambiente**
- **Premio di Cultura sportiva "Beppe Viola"**
- **Mundialido**, torneo di calcio per stranieri per l'inclusione multi-etnica
- **Grandi eventi sportivi: Corritalia, VerdeAzzurro, Sport in Fiore**
- **Progetto sportivo Sport in Comune**
- **Forum mondiale dello sport amatoriale "Sport Impacts All"**
- **Flash mob #AbbattiamoIMuri**
- **Progetto sociale "Cultura accoglienza e comunità inclusive"**
- **AiCS Turismo – AiCS Travel**
- **Campagna associativa 2019 – 2020**

I contenuti elencati hanno prodotto: **uscite media nazionali (oltre l'80% del dato complessivo), rassegne stampa locali, aumento delle visualizzazioni sui canali social**. A riguardo, la copertura media di un post AiCS sulla piattaforma Facebook si aggira sulle mille visualizzazioni: sui temi citati, la copertura sale a 2-3mila visualizzazioni, con oltre 5mila "impression" (numero di visualizzazioni totali, calcolata sul numero di volte in cui la notizia viene rilanciata sui "feed" degli utenti); il tutto senza il ricorso a sponsorizzazioni sulle piattaforme social, al netto di 4 post sponsorizzati in occasione dell'evento "Sport Impacts All".



4. Rilancio digital communication e ufficio stampa 2.0: il piano editoriale 2020

I dati raccolti e messi a confronto con le analisi di digital communication dei “competitor” (studio marzo e ottobre 2019) ci pongono a un **livello discreto** di qualità di comunicazione, ma migliorabile. **Per questo, per il 2020, l’ufficio comunicazione ha pianificato il rilancio del comparto di digital communication che, partendo dall’analisi di contesto, porti entro la metà del 2020 alla redazione di un piano editoriale completamente rinnovato** nei seguenti punti:

- **Rilancio immagine AiCS sui social media:** perfezionamento del brand su Instagram, aumento *follower* su Facebook, aumento *awareness* su Twitter, apertura canale LinkedIn, targetizzazione dei contenuti sui diversi canali, aumento utilizzo dei social objects (infografiche, foto interattive, video) attraverso lavoro grafico ad hoc.
- **Razionalizzazione del sito web AiCS.it con valorizzazione dei servizi offerti ai soci**, tra cui quelli che generano maggior traffico al sito: Albo Tecnico, Assicurazioni, Affiliazioni e Tesseramenti, AiCS Risponde.
- **Ufficio stampa 2.0:** valorizzazione dei contenuti destinati ai media digitali (con il perfezionamento della redazione dei testi con KeyWords, citazioni e altro), e attività di pubbliche relazioni media che puntino a valorizzazione e rilancio del link www.aics.it
- **Aumento produzione di video comunicati e fotogallery professionali:** rilancio canale social Youtube.
- Valutazione su avvio **campagne marketing di conversione** (dirette a raccolte fondi, o iscrizione nuovi soci) su: piattaforma Google, Facebook Adv.
- Ristrutturazione, **implementazione della App di AiCS**, volta a inglobare anche pulsanti diretti a classifiche live dei campionati AiCS.
- Rilancio **AiCSOnline**. A riguardo a inizio novembre, la newsletter è stata ristrutturata graficamente e canalizzata su una piattaforma di e-mail marketing che consente a questo ufficio di monitorare nel dettaglio aperture, click a notizie, traffico.



5. Programma campagne comunicazione 2020

Mantenendo la molteplicità di contenuti veicolati nel 2019 e nell'intento di andare a colpire target diversi tra loro, anche per il 2020 l'ufficio comunicazione propone campagne di comunicazione integrata su diversi temi. Nel dettaglio:

- **Grandi eventi sportivi - Corralia, VerdeAzzurro, Sport in Fiore**, sui quali affinare le strategie di comunicazione 2.0 a partire dalla produzione di video post evento, e dirette video live sui canali social;
- **Ambiente** – L'alta attenzione mediatica e la necessità di canalizzare gli sforzi di promozione sociale e culturale verso il tema del rispetto ambientale sono motivi sufficienti a **incrementare e valorizzare la comunicazione verso gli eventi AiCS** volti alla sensibilizzazione al rispetto ambientale. Nello specifico: **Rifiuthlon, corsi per eco-istruttori di windsurf, corsi di soccorso tartarughe, progetto Sprek.o.**
- **Progetti sociali AiCS** – Per il 2020 è previsto un maggior coinvolgimento - sia in fase progettuale che di produzione – dell'ufficio comunicazione nella divulgazione dei risultati dei progetti sociali AiCS, italiani ed europei: Cultura dell'accoglienza, Costruendo Futuro, SpreK.O., Bridges, Ict is the future, YOUAca. Anche in questo caso, il coinvolgimento prevede attività di ufficio stampa, ufficio stampa 2.0, digital communication integrate, produzioni video.
- **Progetti sportivi: SPORT IN COMUNE e PINOCCHIO CON LA RACCHETTA.**
- **Premio di cultura sportiva "Beppe Viola"**
- **Mundialido, torneo di calcio per stranieri**
- **APP AiCS:** rilancio 2.0 della "nuova" APP di AiCS
- **Buone pratiche sociali AiCS nei territori sul TG3**, attraverso la collaborazione attivata con l'ufficio comunicazione del **Forum Terzo Settore**. Già negli ultimi mesi del 2019, i rapporti tra questo ufficio comunicazione e quello del Forum si sono intensificati fino a far nascere una collaborazione fattiva nella raccolta della rassegna stampa e nel rilancio delle notizie a carattere "sociale" di AiCS.
- **Rubrica settimanale sul quotidiano DIREOggi.** Attiva da metà 2019, proseguirà anche nel 2020, la rubrica settimanale di AiCS sul numero del venerdì di DIREOggi, il quotidiano on line sfogliabile dell'agenzia di stampa DIRE.
- **Campagna associativa 2020-2021 e nuova guida ai servizi.** Rilancio su comunicazione digitale e valutare piano inserzioni dal 30 agosto 2020.



Nuove campagne mediatiche 2020:

- **Uscite PRESENZA NUOVA**, con attività di ufficio stampa sulle interviste rilasciate da ministri, istituzioni, opinion leader.
- **Premio AiCS a giornalista** – Ideato da questo ufficio, dall'assemblea nazionale di maggio 2020, AiCS assegnerà due premi a giornalisti che si siano distinti nel raccontare lo sport sociale o di base: uno della carta stampata-radio-tv, uno del web. **Il premio consentirà di attivare un coinvolgimento maggiore dei giornalisti in AiCS** e produrre "affiliazione" al marchio da parte dei soggetti attivi della comunicazione di massa.
- **Transplant Football World Cup**. AiCS si è vista assegnare l'organizzazione della Prima Edizione della Coppa Mondiale del Calcio per Trapiantati: Cesenatico, settembre 2020. L'evento sarà accompagnato da adeguata campagna mediatica e di comunicazione digitale.

Ufficio comunicazione AiCS

Per informazioni e approfondimenti,

Patrizia Cupo – ufficio stampa AiCS | cell. 339.4008969 | ufficiostampa@aics.info