

## **VIII Assemblea Nazionale di “Storie in Movimento”**

Roma, 28-29 novembre 2009

### **Relazione Ufficio Stampa**

Stefano Agnoletto

#### **Gli strumenti utilizzati**

- Un indirizzo mail (ufficiostampa@storieinmovimento.org)
- Vari indirizzari di posta elettronica (biblioteche, archivi si stato, luoghi di movimento, dipartimenti universitari, istituti della resistenza, indirizzi stampa)

#### **Le attuali aree di intervento**

- a. Ufficio stampa vero e proprio con comunicati stampa in occasione di:
  - Assemblea nazionale
  - Simposio
  - Eventi (in particolare presentazioni di Zapruder e altre iniziative di gruppi locali)
  - Uscita nuovi numeri di Zapruder
- b. Ufficio diffusione Zapruder
  - Campagne per abbonamenti istituzionali
  - Offerte speciali serie completa
- c. Ufficio propaganda
  - Presentazione del progetto SIM con interventi e articoli su mezzi di informazione
- d. Ufficio pubblicità
  - Pubblicazione di manchette sul Manifesto in occasione del Simposio

#### **I risultati**

- a. Positività:
  - Sedimentazione dell'Ufficio Stampa e sua riconoscibilità
  - Costruzione indirizzari
  - Discreta ricaduta dell'offerta speciale per la serie completa di Zapruder
- b. Criticità:
  - Visibilità del progetto e della rivista non all'altezza di ciò che siamo

- In particolare, non riusciamo/non riesco ad avere adeguata visibilità sui mezzi di informazione teoricamente “vicini” (Manifesto, Carta, radio Popolare eccetera). Unica eccezione è Liberazione
- Difficoltà a comunicare l’originalità del progetto
- Poca interazione con gli indirizzari
- Le manchette non sembrano aver avuto l’impatto atteso

### **Le proposte/ipotesi di lavoro**

a. In generale: potenziare l’Ufficio stampa e propaganda

- Essere almeno in due, non lasciato all’azione solitaria del singolo
- Come lavoro più collettivo, più interno all’Associazione
- Come scelta di strategia politica generale dell’Associazione: avere più visibilità!

b. Proposte operative:

- Avere dei referenti per area geografica che si impegnano a raccogliere nuovi indirizzi mail
- Sistematizzare un’uscita bi-annuale di manchette sul Manifesto (per il Simposio e a Natale con l’offerta speciale)
- Ricognizione sistematica delle mailing list, siti web eccetera dove inviare nostre comunicazioni (lanciare un censimento interno di raccolta info)
- Individuare le risorse umane che hanno contatti forti con gli organi di stampa teoricamente a noi vicini (anche con articoli e trasmissioni di presentazione del Progetto)
- Potenziare lo scambio di pubblicità con altre riviste
- Rilanciare una grande campagna abbonamenti con le offerte speciali

Milano, 23 novembre 2009