

Fallo bene e parlane

Piccola guida alla comunicazione per i club AeCS



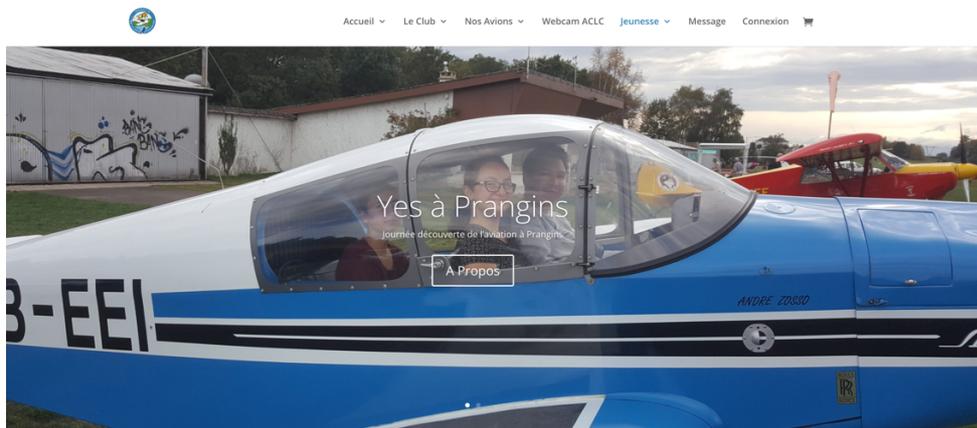
Gli oltre 22.000 soci dell'Aero Club della Svizzera sono attivi in più di 380 club. Questi club costituiscono la base dell'associazione e svolgono un lavoro importante per rendere possibile ogni giorno la nostra passione comune, il volo.

Purtroppo, sappiamo tutti che i media e il pubblico sono spesso solo marginalmente interessati alla nostra passione. Molti non sanno che lo sport e l'aviazione leggera sono alla base della maggior parte delle professioni dell'aviazione. Così come non si sa che molti club lavorano con i giovani e che in varie discipline si praticano sport di alto livello, alcuni dei quali di fama internazionale.

Allo stesso tempo, sappiamo anche che molte associazioni devono affrontare grandi sfide quando si tratta di coprire le posizioni nel consiglio direttivo. Questo vale anche e soprattutto per la comunicazione.

Il responsabile della comunicazione deve essere un membro del Comitato?

No, non è necessario. Così come non deve essere un fotografo, un giornalista o un esperto di social media. È fantastico se una persona ha tutte queste capacità e gestisce facilmente anche il sito web dell'associazione, ma si può anche dividere questo lavoro tra i membri dell'associazione.



Yes – Young Eagles of Switzerland à Prangins

Journée découverte de l'aviation avec l'Aéro-club de La Côte

Abbiamo bisogno di un nostro sito web e di vari canali di social media?

Oggi non c'è quasi nessuna associazione che non abbia un proprio portale web. La domanda è per cosa vogliamo usare questo portale.

- Vogliamo usarlo per fornire una piattaforma informativa ai nostri membri?
- Vogliamo mostrare al pubblico cosa facciamo e chi siamo?
- Vogliamo usarlo per reclutare nuovi soci?

Una volta creato, il mantenimento del proprio sito web richiede un lavoro costante. Niente è più scoraggiante di un sito web aggiornato l'ultima volta due anni fa. Ma non è nemmeno necessario gestire un sito web come un portale mediatico e alimentarlo continuamente con notizie. È bello se c'è qualcuno che lo fa, ma non è necessario. Ma al massimo, quando organizziamo un evento, il sito web deve essere aggiornato in modo che i visitatori e gli ospiti interessati possano saperne di più.

Lo stesso vale per Facebook e simili. Se stiamo organizzando un evento, ad esempio un fly-in o una giornata di volo di modellismo, i social media possono essere importanti moltiplicatori. In ogni club si può trovare qualcuno con competenze in materia di social media che può aiutare a promuovere un evento. La grigliata interna di una settimana prima non deve necessariamente essere su Facebook.



Bilder: Raphael Rohner

I giornalisti non sono affatto interessati alla nostra associazione

Ogni anno l'associazione Gruppo Volo Motore XY invita i giornalisti dei media locali all'assemblea generale annuale e ogni anno rimane delusa quando non viene nessuno. Ancora peggio, la relazione che l'attuario scrive sull'assemblea generale viene stampata solo in forma molto abbreviata, se non omessa. Ecco perché è meglio lasciar perdere.

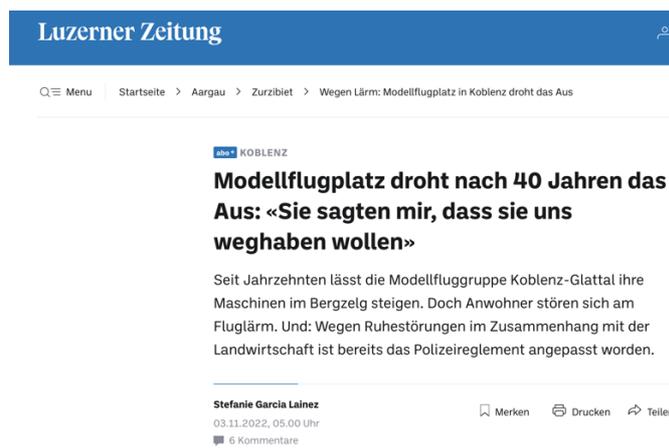
Cosa interessa ai giornalisti?

- Un'assemblea generale può essere molto interessante se i media sanno in anticipo che si tratta di una vera e propria festa. In questo caso, però, di solito non vogliamo che i media siano presenti. Quindi, niente inviti per eventi obbligatori.
- Ai giornalisti interessano le buone storie. Una quattordicenne appassionata di volo a vela, dotata di talento, che compie il suo primo volo da solista è una buona storia. Un settantenne che ha fatto il giro del mondo in aereo con un collega è una buona storia. Un gruppo che ha trascorso anni a restaurare un aereo è una buona storia.
- Un evento giovanile, un corso di costruzione per bambini o un volo di prova non dovrebbero mai svolgersi al di fuori degli occhi del pubblico. Non è detto che dobbiate scriverne il resoconto se non c'è un giornalista di spicco nel club. Mettetevi in contatto con i media locali, non abbiate paura della radio o della televisione locale.

La maggior parte dei giornalisti è contro di noi, non è vero?

Purtroppo questo atteggiamento esiste nella mente di molte persone. E malauguratamente i mass media spesso fanno in modo che questa immagine si rafforzi continuamente. Per esperienza personale, tuttavia, posso dire che questa immagine non si applica ai media locali e regionali. Non dobbiamo pretendere che il battesimo di un nuovo aliante o la costruzione di un impianto solare per l'aeromodellismo interessino il "Blick" o "20 Minuti", ma a livello locale tutto questo può e deve trovare spazio.

Le questioni ambientali sono un modo particolarmente valido per guadagnare punti con il pubblico. Considerate in anticipo il tipo di risonanza che un tale argomento può avere sui media. Con un nuovo verricello elettrico, un gruppo di volo a vela può certamente fare buone pubbliche relazioni per l'intera divisione. Se un giornalista ha la possibilità di volare con voi, questo può anche essere un buon materiale per un servizio sulla televisione locale o persino sul "Quotidiano".



The screenshot shows a news article from the Luzerner Zeitung. The header includes the newspaper's name and a search icon. Below the header, there is a navigation bar with links for 'Menu', 'Startseite', 'Aargau', 'Zurzibiet', and 'Wegen Lärm: Modellflugplatz in Koblenz droht das Aus'. The article title is 'Modellflugplatz droht nach 40 Jahren das Aus: «Sie sagten mir, dass sie uns weghaben wollen»'. The author is Stefanie Garcia Lainez, and the date is 03.11.2022, 05.00 Uhr. There are 6 comments. The article text mentions that the model aviation group Koblenz-Glattal has been operating since the 1970s, but residents are complaining about noise, leading to a police regulation adjustment.

Cosa fare quando i residenti si lamentano di noi nei media?

Probabilmente molti di noi si sono trovati più volte di fronte a una situazione del genere. Se un giornalista vi avvicina con una richiesta, prendete la questione sul serio! Non considerate il giornalista come un nemico, sta solo facendo il suo lavoro. Date risposte sobrie e basate sui fatti e non lasciatevi guidare dalle emozioni. Anche i duelli a colpi di lettere al direttore nei media locali non sono molto utili. Sono sempre divertenti per gli altri lettori, ma non servono a risolvere il conflitto.

Cosa comporta un invito ai media?

Se come associazione stiamo organizzando o celebrando un evento, vale la pena di chiarire fin da subito se un invito ai media ha senso. Per evitare che finisca nel cestino dell'editore, è bene tenere in considerazione alcuni punti:

- Inviare il logo del club, l'indirizzo, il sito web e la persona responsabile.
- Valutare sempre se l'evento è più adatto a una copertura locale o regionale.
- La televisione locale ha bisogno di buone immagini e di un po' di "azione".
- Per le radio locali, è essenziale un buon interlocutore per le interviste. Questo può essere o meno il presidente del club.
- I giornalisti devono avere l'opportunità di approfondire la questione. Gli inviti a pranzo sono buoni, gli inviti a un volo o a un volo di modello ai doppi comandi sono migliori.

Cosa contiene un comunicato stampa?

Le redazioni più piccole, in particolare, sono spesso grate di non dover partecipare direttamente a un evento, ma di poter beneficiare di un comunicato stampa . Questo dovrebbe essere scritto in modo semplice e comprensibile e contenere i seguenti punti:

- Mittente con logo dell'associazione, indirizzo, sito web e persona responsabile.
- Le domande su dove, cosa, quando, chi devono trovare risposta nel testo.
- Includere immagini in alta qualità. Le immagini di 60kB in un testo Word possono essere utilizzate al massimo online, ma non in stampa.
- Assicuratevi di includere le didascalie.
- A seconda della complessità di un argomento, fornire ulteriori informazioni di base (documenti, link).

Esempio di invito ai media

Logo del club mittente

Oggetto: Qual è il motivo dell'invito? Ad esempio:

- Inaugurazione di un nuovo impianto solare
- Prova di volo per i giovani
- Successo sportivo di un socio

Testo: Dove, cosa, quando. Ad esempio:

Il gruppo di volo a vela XY è lieto di invitarvi al nostro corso di prova per giovani. Sabato 12 novembre, i giovani di età compresa tra i 14 e i 18 anni avranno l'opportunità di volare personalmente ai doppi comandi di un moderno aliante e di sperimentare in prima persona il fascino del volo a vela. Due istruttori di volo esperti saranno a disposizione come piloti. L'evento inizia alle 10.00 e dura fino alle 18.00 con una pausa pranzo. Ulteriori informazioni sul nostro sito web www.gruppovolovela.ch

Saremo lieti di offrire a un membro della vostra redazione la possibilità di volare con noi. Se siete interessati, contattate evi.muster@yx.ch entro le 10.xx. Se desiderate ritrarre un giovane, saremo lieti di aiutarvi. Vi saremmo grati se poteste pubblicare il testo di anteprima allegato qualche settimana prima dell'evento. In allegato troverete due immagini in alta risoluzione.

Cordiali saluti
Evi Muster

097 331 332 333
evi.muster@yx.ch

Esempio di comunicato stampa

Logo del club mittente

Grande folla: giornata di prova con i piloti di aliante

Luogo/data La prima giornata di prova del gruppo di volo a vela XY ha riscosso un grande interesse sabato. Gli organizzatori si aspettavano una dozzina di giovani interessati, ma alla fine hanno partecipato più di 20 giovani, tra cui sette ragazze.

Visto il grande interesse, i membri del gruppo di volo a vela XY hanno organizzato un altro istruttore di volo a vela per permettere a tutti i giovani di partecipare al loro battesimo dell'aria. Prima, però, i giovani ospiti hanno potuto aiutare a montare i due alianti sotto la guida di un esperto. Alle 10, tutti si sono riuniti per il briefing, dopo il quale il primo gruppo ha potuto prepararsi per il primo volo. Gli altri due gruppi hanno ricevuto una breve introduzione al volo a vela e all'aerodinamica.

Dopo il pranzo, a cui hanno partecipato anche molti genitori, è arrivato a sorpresa Thomas Muster, un diciottenne che ha già partecipato con successo a un campionato svizzero di volo acrobatico in aliante. Ha potuto informare gli ospiti in prima persona sullo sport del volo a vela. Alle 17.00, tutti i giovani hanno completato con successo il loro volo, anche pilotando un aliante. Tre di loro hanno deciso di prendere in considerazione una formazione come piloti di aliante.

Cordiali saluti
Evi Muster

097 331 332 333
evi.muster@yx.ch

[Galleria di immagini a vostra libera disposizione](#)

Lucerna, maggio 2023

Urs Holderegger è capo del dipartimento di comunicazione e presidente di un club di aeromodellismo con 90 membri.