

REPORT COMUNICAZIONE 2009

Ufficio Stampa e coordinamento comunicazione

L'ufficio stampa di Arcigay - incarico ricoperto a partire dal 1 luglio 2008 da **Matteo Ricci** - ha avuto come principale obiettivo l'integrazione del progetto comunicativo dell'Associazione, potendo contare su un unico coordinatore che oltre al rapporto con i mezzi di stampa, segue l'operatività legata al sito web, al magazine istituzionale Pegaso e alle campagne di comunicazione. Ciò allo scopo di potenziare l'interazione tra i differenti media e valorizzare i contenuti pubblicati su web e Pegaso attraverso la promozione stampa.

Il lavoro dell'ufficio stampa ha sostenuto nel corso del 2009 alcuni obiettivi primari.

1) Rafforzare la comunicazione tra l'Associazione e la comunità LGBT italiana

L'obiettivo si è realizzato mediante: il monitoraggio quotidiano dei principali media LGBT italiani; l'utilizzo specifico di un indirizzario stampa tematico LGBT; la strutturazione di una partnership editoriale con il portale Gay.TV; la valorizzazione degli strumenti interattivi del sito web (newsletter, sondaggi); la promozione delle segnalazioni pervenute via mail in comunicati stampa o lettere pubblicate on line.

2) Valorizzare la diffusione territoriale di Arcigay e implementare la rete di scambio comunicativo tra i Comitati provinciali

L'obiettivo si è realizzato principalmente attraverso la cura della **promozione** su tutti i mezzi di comunicazione delle iniziative, dei servizi di accoglienza, help line, gruppi di incontro, attività culturali dei comitati provinciali. Grazie al lavoro di promozione con la stampa di eventi locali, si è potuto procedere alla raccolta e aggiornamento di indirizzari stampa territoriali per le seguenti regioni: Campania, Emilia-Romagna, Liguria, Lombardia, Piemonte, Sardegna, Sicilia, Toscana, Umbria.

Per favorire la circolazione delle comunicazioni dall'associazione nazionale ai territori e favorire il processo di diffusione degli strumenti e delle informazioni tra le diverse parti del corpo associativo, l'ufficio stampa si è occupato direttamente della cura e della promozione della cosiddetta comunicazione interna, attraverso l'invio di comunicati e circolari informative nella mailing list comitati@arcigay.it, attraverso la creazione di una lista dedicata arcigay@arcigay.it rivolta a tutti i comitati provinciali, attraverso la comunicazione telefonica con i referenti di ogni territorio, attraverso la presenza nello staff accoglienza durante le riunioni del consiglio nazionale e di alcuni eventi di formazione.

3) Valorizzazione di azioni culturali e sociali specifiche dell'Associazione attraverso l'integrazione di tutti i mezzi di comunicazione

In occasione di progetti ed eventi che hanno concentrato le maggiori energie dell'Associazione, l'integrazione tra i diversi strumenti di comunicazione esterna ha portato ai migliori risultati nell'azione di promozione specifica dei contenuti che guidano la politica di Arcigay. Ecco alcuni casi:

- **Manifestazione Se M'Innamoro a Sanremo + Appello Guariamo l'Italia dal pregiudizio (feb '09)**: si è trattato di un forte lavoro di rete con altre 4 Associazioni nazionali che ha permesso un rilancio dell'azione culturale di Arcigay contro il pregiudizio omofobico e una campagna di

comunicazione sulla formazione alla persona legata ai temi dell'orientamento sessuale e dell'identità.

- **Campagna contro l'omofobia Intolleranti Anonimi (mag. '09):** si è strutturata una rete nazionale di 12 associazioni e sindacati per lanciare una campagna nazionale di ribaltamento del pregiudizio omofonico che ha coinvolto più di 30 città nell'affissione di manifesti pubblici e distribuzione di flyers informativi negli info point, ma ha utilizzato anche decine di blog e siti lgbt, arrivando alla pubblicazione anche diversi siti web non a tematica.

- **Genova Ride (gengiva'09):** grazie alla stretta collaborazione con il Comitato organizzatore e con il Comitato Arcigay L'Approdo, l'ufficio stampa di Arcigay ha utilizzato tutte le risorse disponibili per garantire il successo del Ride nazionale, specificando la sua azione comunicativa sia verso l'intera cittadinanza sul territorio ligure, sia verso la comunità lgbt nazionale: un continuo lavoro di diffusione stampa verso un vasto indirizzario dedicato al Pride, la pubblicazione di circa 8 reportage dedicati su Gay.TV, un numero dedicato del trimestrale Pegaso.

- **Campagna salute Il Preservativo Sì (nov-dic '09):** pubblicazione gallery campagna sull'home page di repubblica.it, dei due principali portali gay nazionali, di decine di blog e siti web LGBT e di interesse sociale. Ha valorizzato attraverso un linguaggio semplice e accattivante l'azione di Arcigay nei confronti della prevenzione da HIV rivolta all'utenza gay, ma utilizzando codici visivi spendibili con tutta la comunità.

- **Progetti nazionali co-finanziati dal Ministero della Solidarietà Sociale Immigrazioni e Omosessualità (mar'09), Bullismo omofobico (mag-dic'09), Telefoni Amici (mag. '09):** attraverso l'utilizzo di indirizzari stampa dedicati e la pubblicazione di reportage originali sul portale LGBT Gay.tv, si sono promossi eventi di formazione e conferenze di diffusione sui risultati che rappresentano azioni sociali di eccellenza nel territorio italiano ed europeo.

- **Promozione prodotti mediatici:** L'azione stampa si è inoltre dedicata ad azioni di "supporto culturale", basate sulla convinzione che la costruzione sociale dell'identità LGBT è in gran parte determinata dall'azione dei mezzi di comunicazione di massa. Per questo Arcigay ha implementato i suoi comunicati relativi alla promozione o alla critica di prodotti mediatici, come nel caso del sostegno all'uscita e alla diffusione dei film "Milk", "Diverso da chi?", "L'Amore e Basta".

4) Promozione della trasparenza nei confronti dei soci e delle socie rispetto alle attività associative di Arcigay

Si è implementata l'azione di trasparenza attraverso la diffusione di informazione dettagliata sulle attività istituzionali e politiche condotte. Questa ampia operazione di avvicinamento ai soci e alle socie si può evincere attraverso:

- la pubblicazione ragionata su Pegaso e per la prima volta sul web del bilancio consuntivo: www.arcigay.it/bilancio-consuntivo-2008

- la promozione della lettera ai soci e alle socie sotto scritta da tutti i consiglieri nazionali e presidenti di comitato provinciale: www.arcigay.it/lettera-ai-soci-e-alle-socie

- la pubblicazione del report di 50 pagine delle attività annuali:

www.arcigay.it/arcigay-report-2008

5) Valorizzazione di una nuova visibilità delle persone lgbt e delle esperienze di vita e associative dei soci e delle socie

Si è implementato fortemente ogni tipo di azione comunicativa che mettesse al centro le persone lgbt con il loro vissuto. Questa rinnovata priorità si può leggere nel numero di Pegaso creato grazie ai risultati dell'appello fotografico dedicato a immagini di sessualità consapevole "Mettiamo in gioco i nostri corpi", dalla crescita del numero di fotogallery web, dalla prosecuzione della rubrica web e Pegaso "Che Vorrei", dalla nascita della rubrica "Graffiti", che selezione messaggi e pensieri raccolti dalle e-mail pervenute all'Associazione, dal ripetuto uso dell'intervista informale nella promozione di progetti e eventi pubblici, nella crescita della rubrica 50 domande www.arcigay.it/50-domande, rivolta ad attivisti Arcigay.

Ufficio stampa istituzionale

Oltre all'invio dei comunicati stampa all'indirizzario nazionale, si sono creati o sviluppati strumenti di approfondimento culturale da utilizzare con giornalisti ed organi di stampa a livello nazionale e locale: www.arcigay.it/risorse-stampa

Tra questi ha avuto grande risalto su differenti organi di stampa il Report Omofobia 2009, mensilmente aggiornato dal settore Arcigay Diritti Umani, che raccoglie tutta la terribile serie di episodi di violenza omofobica e transfobica accaduti in Italia ed emersi sulla stampa locale e nazionale.

www.arcigay.it/report-omofobia-italia-2008-2009

Comunicati Stampa nazionali emessi nel 2008: 219 (+20% rispetto al 2008: 182)

www.arcigay.it/comunicatistampa

Elenco delle Agenzie Stampa nazionali che hanno pubblicato comunicati di Arcigay:

adnkronos, agi, ansa, apcom, asca, dire, ilvelino,italpress, Reuters Italia, omniroma, 9colonne, IrisPress

Le testate dei quotidiani nazionali che hannoriportato almeno un nostro comunicato:

Corriere della sera, La Repubblica, La Stampa, Il Secolo XIX, L'Unità, Il Manifesto, Liberazione, Libero, Il Giornale, Avvenire, Il Riformista, Qn (il resto carlino, La Nazione, Il Giorno), Il Messaggero, City, Leggo, Metro, E-Polis, Gli Altri, Il Fatto Quotidiano. Arcigay ha avuto visibilità anche sulla televisione pubblica e privata (libera e a pagamento), sui telegiornali e sulle radio nazionali.

PEGASO

Pegaso è il notiziario cartaceo trimestrale che raccoglie le informazioni sulle attività di Arcigay a livello nazionale e nelle sue articolazioni territoriali. Gli scopi della pubblicazione sono: informare i soci e le socie sulle attività in corso e sui risultati raggiunti; migliorare il coinvolgimento e l'appartenenza, contattando tutto il corpo associativo anche attraverso gli spazi delle associazioni affiliate; aumentare la chiarezza e la trasparenza; promuovere il valore del tesseramento

all'Associazione; dare visibilità alle persone LGBTQ e ai volontari dell'associazione, fornire ulteriori informazioni per combattere i pregiudizi.

Attraverso la conferma della sua veste editoriale, basata sul concept del "**diario di bordo**", Pegaso ha proseguito ad evidenziare tre livelli di lettura: 1) Attività istituzionale a livello nazionale; 2) Attività associativa dei Comitati provinciali; 3) Visibilità per gli associati, spazio per idee e commenti.

Tra i risultati più rilevanti raggiunti nel 2009, segnaliamo:

- La campagna fotografica originale "**Mettiamo in gioco i nostri corpi**". Frutto del risultato di un appello alla partecipazione e alla creatività diffuso con tutti i mezzi e i social network, ha coinvolto circa 20 fotografi da tutta Italia, contribuendo a creare il numero monografico di Pegaso n° 19, una fotogallery online sul portale arcigay.it e su Gay.TV, una campagna di promozione stampa sulla sessualità consapevole e sulla visibilità degli amori omosessuali.
- Maggiore utilizzo del **linguaggio fotografico**, più diretto ed efficace rispetto al testo scritto.
- **Interviste originali** a esperti/testimoni (Luca Ragazzi e Gustav Hofer, Renato Sabbadini, Vittorio Lingiardi, Francesco Serreli, Emiliano Zigatti e Lorenza Tizzi, Carla Liberatore, Margherita Graglia, Sandro Mattioli).
- Produzione di materiali di approfondimento e di definizione culturale, come il quadro sulle legislazioni europee sulle coppie omosessuali o la traduzione in Italiano della mappa Ilga-Europe sulle leggi per i diritti LGBT.
- Segnalazione degli eventi ricreativi promossi dai comitati provinciali
- Pubblicazione del bilancio associativo 2008
- Conferma dello spazio per la rubrica dei desideri degli associati "Che Vorrei"

Grazie alla convenzione stipulata con l'Università di Urbino, è stato possibile realizzare un **report di analisi editoriale** dello strumento di comunicazione Pegaso, curato dalla tirocinante universitaria Anna Maria De Marzo, aggiornato ad agosto 2009.

www.arcigay.it/report-analisi-editoriale-pegaso-demarzo

Nel 2009 sono state prodotte 4 edizioni del magazine (su un totale di 19); ogni edizione è stata stampata in 20.000 copie, distribuite tramite spedizione postale attraverso il Circuito delle Associazioni affiliate e i Comitati Provinciali i quali hanno provveduto ad esporre le pubblicazioni all'interno e all'esterno delle sedi (infopoint), e resa disponibile online in formato pdf.

[**n.16, primavera 2009**](#)

[**n.17, estate 2009**](#)

[n.18, autunno 2009](#)

[n.19, inverno 2009/2010](#)

Redazione:

La realizzazione dei contenuti del magazine è stata possibile grazie a un gruppo di volontari e volontarie che hanno collaborato non continuativamente.

Direttore Editoriale: Riccardo Gottardi (Segretario Nazionale)

Coordinamento Redazione & Distribuzione: Matteo Ricci

Collaboratori fissi: Federico Sassoli e Fabio Saccà

Impaginazione Grafica: Emilia Franchini -ef9hi.org

Sito Web www.arcigay.it

Il sito www.arcigay.it rappresenta il più diffuso strumento comunicativo verso l'esterno della maggiore associazione omosessuale italiana. Contiene tutte le informazioni e gli approfondimenti sulle idee, i servizi, le iniziative promosse da Arcigay. Dal 1° Gennaio 2008 è stato presentato nella sua nuova veste grafica e di gestione dei contenuti. Offre servizi di pubblicazione articoli, download documenti, foto gallery, sondaggi, schede multilingue, caselle di webmail.

Nel corso del 2009 si è registrato un continuo aumento dei contatti che si è stabilizzato nella seconda parte dell'anno su una **media di 1600 giornalieri**, che ha influito tra l'altro nella decisione da parte dell'azienda fornitrice di servizi web di spostare il server su cui il portale è appoggiato.

Il servizio settimanale di newsletter via e-mail che promuove gli aggiornamenti ai contenuti più rilevanti - www.arcigay.it/newsletter_arcigay- ha superato i **1200 iscritti**.

La sezione sondaggi: www.arcigay.it/poll che promuove un'interazione diretta con i fruitori ha visto la pubblicazione di 12 pagine a cadenza mensile. La sezione fotogallery - www.arcigay.it/fotogallery - ha visto la pubblicazione di 13 gallerie fotografiche.

È stata confermata la strutturazione sulle tre declinazioni principali (geografica, tematica, istituzionale), che permettono al portale di svolgere le sue tre funzioni principali.

1. PORTALE DELLE REALTA' TERRITORIALI ARCIGAY

Il sito arcigay.it si propone di valorizzare la strutturazione territoriale dell'associazione, radicata in circa 60 province italiane, attraverso la pubblicazione aggiornata ed interattiva di tutti i contatti e i servizi dei comitati provinciali e dei circoli ricreativi affiliati, raccogliendo le pubblicazioni di tutte le iniziative, delle infoline, dei gruppi di accoglienza, dei resoconti e delle fotogallery degli eventi, organizzati nei territori. Si struttura attraverso una modulazione nelle venti regioni italiane e nelle province nelle quali l'Associazione opera in contatto con gli oltre 170.000 soci e socie.

2. GIORNALE DI APPROFONDIMENTO CULTURALE

Il sito arcigay.it rappresenta un archivio di articoli di approfondimento culturale declinati secondo una strutturazione in 12 aree tematiche e contenente documenti, articoli di rassegna stampa, rassegna TV, bibliografia web.

Le aree tematiche sviluppano i seguenti temi:

SALUTE: sessualità consapevole, prevenzione da MTS e HIV/AIDS, lotta alle discriminazioni delle persone HIV+, donazioni di sangue;

SOCIALE: valorizzazione della visibilità LGBT, gruppi di socializzazione, servizi di telefono amico, diffusione della cultura della tutela delle coppie omosessuali, omodisabilità, omogenitorialità;

SCUOLA: lotta al bullismo omofobico, educazione all'alterità, formazione rivolta a studenti e personale scolastico;

CULTURA: valorizzazione della cultura LGBT, bibliografie tematiche ragionate, memoria della storia dell'omosessualità e del movimento LGBT, recensione di libri, video, rassegne teatrali e cinematografiche;

GIURIDICO: guide alle legislazioni estere in tema di diritti delle coppie omosessuali, documenti legislative sulle famiglie, archivio legislativo sulla lotta contro le discriminazioni;

ESTERI: archivio culturale e sociale sui movimenti LGBT nelle diverse nazioni europee ed extra-europee;

MULTICULTURALITÀ: valorizzazione ed accoglienza delle persone LGBT di culture differenti, archivio legislativo sull'asilo politico;

SPORT: promozione dei gruppi sportive LGBT, lotta all'omofobia nello sport;

DIRITTI UMANI: campagna per la depenalizzazione universale dell'omosessualità, lotta all'omofobia, lotta alla violenza e alle discriminazioni omofobiche, lotta alle mafie;

LAVORO: mobbing, rete professionalità LGBT;

RETE DONNE: valorizzazione dell'identità e della cultura lesbica, aggregazione femminile;

RETE GIOVANI: promozione dei gruppi di socializzazione giovanili LGBT, rete europea giovanile, coming out e adolescenza.

3. ORGANO INFORMATIVO ISTITUZIONALE

Il sito arcigay.it contiene tutte le informazioni sulla storia, la struttura e il funzionamento di Arcigay. Esplica riferimenti e funzioni degli organi dirigenti, dà informazioni ai soci e socie su tesseramento e affiliazioni e pubblica l'aggiornamento di tutti i comunicati stampa e una rassegna stampa a livello nazionale.

Mese	Visitatori diversi	Numero di visite	Pagine	Accessi	Banda usata
Gen 2009	32720	46716	879739	5512802	37.87 GB
Feb 2009	34372	50199	852785	5784905	39.53 GB
Mar 2009	34230	48443	890940	5508444	39.27 GB
Apr 2009	31841	44178	760898	4699758	31.30 GB
Mag 2009	35275	48210	832178	5127252	34.89 GB
Giu 2009	40554	53907	793586	5414302	35.66 GB
Lug 2009	28461	40025	716396	3990357	26.96 GB
Ago 2009	27740	38417	776282	4010181	21.02 GB
Set 2009	36368	50468	846072	5066954	23.26 GB
Ott 2009	37078	51513	865188	5193371	25.75 GB
Nov 2009	32134	44009	817258	4346890	25.38 GB
Dic 2009	28014	38922	828941	4009958	22.23 GB
Totale	398787	555007	9860263	58665174	363.13 GB

Statistiche 2009 (media mensile)

Numero tot. Accessi: 46.251 (+42% 2008, 32.468)

Numero visitatori diversi: 33.232 (+53% 2008, 21.701)

Numero pagine visitate: 821.689 (+27% 2008, 645.845)

Numero accessi automatici (motori di ricerca, spammer...): 4.888.764 (+82% 2008, 2.675.572)

Responsabile del progetto: Matteo Ricci – Content Assistant: Federico Sassoli, Anna Maria De Marzo, Fabio Saccà, Luca Mercogliano- IT support: Medianet

Campagne di Comunicazione Salute

In occasione del 1° dicembre 2009, Giornata Mondiale per la lotta contro l'HIV/AIDS, Arcigay ha promosso due campagne dedicate alla salute, oltre al lancio di una [pagina web dedicata alla sessualità lesbica](#)

La campagna "**Il Preservativo Sì**", progettata e realizzata da Federico Sassoli, si è declinata in tre locandine rivolte ad un pubblico omosessuale maschile e dedicate all'uso del preservativo, e finalizzata alla diffusione nei circoli ricreativi Arcigay e dei locali di aggregazione che hanno collaborazioni con i comitati provinciali. La campagna ha utilizzato però un linguaggio accattivante ed ironico che rende la campagna fruibile in qualsiasi contesto ed efficace ad un livello di lettura più ampio anche per un pubblico generalista.

Grazie ad un progetto realizzato con l'Istituto Superiore di Sanità è stata inoltre prodotta la campagna "**E' stato bellissimo**", dedicata alla promozione del test HIV e del portale www.salutegay.it, declinata in una locandina e una cartolina informativa.

PARTENARIATO con GAYTV

All'inizio del 2009 è stato costruito e definito una collaborazione comunicativa con il portale www.Gay.TV, il più visitato portale lgbt italiano. La collaborazione completa, basata sulla creazione di un account Arcigay sul portale è stata posticipata al 2010, a causa di ritardi tecnici nella messa on line nella nuova struttura del portale. Nel corso del 2009 si è comunque attivata una intensa collaborazione basata sulla produzione di contenuti originali Arcigay da pubblicare in anteprima sul portale Gay.TV.

Queste pagine hanno valorizzato principalmente, secondo l'attuazione della partnership: **1) le esperienze associative di attivisti Arcigay, 2) la visibilità el'orgoglio delle storie di vita delle persone lgbt italiane, 3) la promozione della trasparenza in associazione, 4) gli eventi organizzati dai comitati territoriali, 5) la diffusione dei contenuti del trimestrale Pegaso.**

Ecco l'elenco delle pagine prodotte dalla partnership:

- 1) [Il presidente Arcigay Mancuso commenta la visione del film "Milk"](#)
- 2) [L'intervista di Pegaso a Don Franco Barbero](#)
- 3) [Il resoconto di 5 giorni di azione e orgoglio a Sanremo, raccontati da Matteo Ricci](#)
- 4) [La scheda sulle leggi del mondo per le coppie gay e lesbiche e il lancio in anteprima di Pegaso16](#)
- 5) [L'anteprima del bilancio associativo 2008](#)
- 6) [Intervista doppia a Diego e Domenico, attivisti di Arcigay Milano nel settore Multiculturalità](#)
- 7) [Intervista a Fabio Saccà, coordinatore Rete Giovani Arcigay](#)
- 8) [Anteprima di Pegaso17 dedicato al Genova Pride](#)
- 9) [Intervista doppia a Valerio Barbini, Arcigay Genova, e a sua madre, attivista Agedo](#)
- 10) [Intervista a Emanuele Pullega, ex presidente di Arcigay Il Cassero e formatore di gruppi lgbt](#)
- 11) [Resoconto esclusivo della serata Pegaso d'Oro organizzata da Arcigay contro l'omofobia, con Simona Ventura e Vladimir Luxuria](#)
- 12) [10 testimonianze d'orgoglio per il Genova Pride](#)
- 13) [Intervista doppia ai due portavoce del Genova Pride: Alberto Villa e Lilia Mulas](#)
- 14) [Intervista a Salvatore Milana, presidente Arcigay Ragusa e organizzatore del Pozzallo Day](#)
- 15) [Racconto dei 5 giorni del Madrid Orgullo, scritto da Matteo Ricci](#)
- 16) [Anteprima di Pegaso18 - Non abbiamo paura!](#)
- 17) [Lancio del laboratorio contro l'omofobia si Arcigay Il Cassero Arcobaleni](#)
- 18) [Anteprima della campagna salute Il Preservativo Sì](#)

19) [Anteprima della fotogallery di Pegaso 19 Mettiamo in Gioco i Nostri Corpi](#)

20) [Intervista di Pegaso a Sandro Mattioli contro le discriminazioni delle persone HIV+](#)

FACEBOOK

Arcigay ha proseguito l'investimento sul social-network Facebook, con un gruppo nazionale, profili e gruppi dei Comitati Provinciali, la promozione di Cause e azioni di visibilità sui temi lgbt. In 12 mesi il gruppo Arcigay ha raddoppiato gli iscritti, raggiungendo quasi quota 3000 iscritti, affermandosi come **il più ricco indirizzario di attivisti visibili della storia dell'Associazione** e il principale spazio a tematica LGBT italiano su Facebook. fornendo una newsletter settimanale, blogging sulle iniziative e fotogallery. Arcigay sostiene i gruppi che monitorano la presenza di contenuti e/o utenti che promuovono l'odio e la discriminazione nei confronti delle persone LGBT segnalandoli tempestivamente agli amministratori.

FLICKR

Nel 2009 Pegaso ha creato un [profilo sul socialnetwork di fotografia Flickr](#):

www.flickr.com/photos/pegasopics

La pagina raccoglie un archivio fotografico degli ultimi 5 anni di attività e delle immagini più belle utilizzate dalla redazione del magazine. Inoltre pubblica tutte le copertine scaricabili e foto di persone lgbt per accrescere la visibilità e l'orgoglio. Ma compito principale è quello di costruire una rete di fotografi che possa contribuire ad arricchire il linguaggio fotografico dell'associazione. Su Flickr è stato lanciato per primo l'appello Mettiamo in Gioco i Nostri Corpi.

Cronologia

Per sintetizzare il susseguirsi di iniziative culturali, eventi sociali e produzioni comunicative con la comunità LGBT e l'esterno, è stata prodotta per la stampa e per il web una [cronologia esaustiva dei 12 mesi del 2009 di Arcigay](#).