

## Oscar della “comunicazione”

Nel 2024 la **comunicazione** e il **racconto** sono cardini della valorizzazione di esperienze e attività, in qualsiasi contesto e a qualsiasi livello.

Con questo Oscar si vuole valorizzare la Società Sportiva che, leggendo il contesto attuale nel quale è inserita, ha deciso di intraprendere un **percorso di comunicazione della propria realtà**, non solo attraverso aggiornamenti sull’andamento delle proprie squadre nei diversi ambiti sportivi, ma **costruendo un racconto della propria realtà societaria**, valorizzando persone, vita quotidiana, iniziative, tornei, attività di solidarietà, rapporto con la comunità circostante.

Valore aggiunto è inoltre la partecipazione della Società stessa a campagne social lanciate dal CSI Comitato di Milano, a **sostegno di cause sociali o come sistema per diffondere messaggi sportivi al servizio di ricorrenze e iniziative**.

## Elementi necessari alla presentazione della candidatura

- Verranno prese in considerazione le candidature delle società sportive che presenteranno il proprio piano comunicativo relativo a profili social e siti web. Gli stessi dovranno essere obbligatoriamente linkati nel modulo di candidatura del proprio progetto di comunicazione. Non saranno prese in considerazione le candidature prive di link agli account e/o ai siti web.
- Dovranno essere illustrate le finalità che la società intende perseguire attraverso l’attività comunicativa, le motivazioni sottese alla scelta di un preciso percorso di comunicazione, e in che modo si è adoperata per metterlo in pratica (affidamento ad un professionista esterno; coinvolgimento di giovani della società o dell’oratorio, gestione del direttivo, coinvolgimento di professionisti per grafica e contenuti multimediali...)
- Non verranno prese in considerazione le forme di comunicazione interna come le newsletter, ma possono essere considerate pubblicazioni cartacee periodiche laddove fossero ancora in essere.

## Criteri di valutazione

La valutazione delle candidature prenderà in considerazione:

- **La chiarezza e coerenza del messaggio** con la propria missione, i valori e gli obiettivi.
- **L’allineamento tra i canali di comunicazione:** sito web, social media, email, comunicati stampa.
- **L’uso efficace dei canali digitali:** presenza sui social media, sito web funzionale e aggiornato, newsletter e mailing list.
- **Il coinvolgimento della comunità** creando interazione bidirezionale tra i membri e creando contenuti che coinvolgano la realtà.
- La realizzazione di **campagne promozionali efficaci**.
- La **capacità di collaborare** con giornali, radio e altre realtà locali.
- **L’uso di piattaforme** di gestione della comunicazione.
- La progettazione e la realizzazione di una **comunicazione inclusiva**.
- L’utilizzo di **immagini e video di qualità**.