



## ***Agorà Cittadine***

Strategie di rigenerazione urbana per il centro storico di Cremona.  
Valorizzare il capitale materiale e immateriale del centro storico come capitale sociale dei giovani cremonesi.

### **Appunti per la comunicazione del progetto**

Durata dell'incarico: 24 mesi.

Le attività che Stilema propone possono essere suddivise in tre aree:

1. Consulenza strategica.
2. Attività di comunicazione e ufficio stampa.
3. Coordinamento tra le diverse attività proposte per il progetto.

### **Consulenza strategica**

Stilema offre la propria consulenza strategica volta alla comunicazione del progetto ***Agorà cittadine***, per raccontarne i diversi aspetti e le diverse declinazioni attraverso iniziative mirate anche a sollecitare l'interesse dei media.

Nell'ambito del processo di comunicazione si cercherà di individuare delle connessioni con le diverse iniziative sul territorio e legate al progetto: l'intenzione è quella di moltiplicare i punti di vista, al fine di restituire un'immagine completa e articolata degli sforzi messi in campo.

Questo approccio implica un rapporto attivo con le realtà locali e gli enti cittadini, una relazione che permetta di avviare uno scambio reciproco sia con gli enti cittadini sia con il loro pubblico, così da instaurare una rete virtuosa di partnership e collaborazioni mirate alla restituzione delle azioni di ***Agorà cittadine***.

### **Attività di comunicazione e ufficio stampa**

Nel concreto, Stilema si occuperà di:

- creare un indirizzario di giornalisti delle principali testate, locali e nazionali, sia generaliste che specifiche, a cui veicolare sia il progetto nel suo insieme sia le singole iniziative al suo interno,

selezionate strategicamente. L'indirizzario creato coprirà tutte le tipologie di media: agenzie, testate tradizionali, web, radio e tv;

- redigere una cartella stampa (che verrà costantemente aggiornata) relativa al progetto (completa di schede di approfondimento) da diffondere in occasione di tale momento di presentazione e nelle successive occasioni di comunicazione;
- elaborare i singoli comunicati stampa sulle principali attività del progetto secondo il calendario precedentemente redatto e veicolarli ai giornalisti;
- gestire le richieste di intervista, in coordinamento con i referenti del progetto, e proporre ai giornalisti spunti o proposte di approfondimento;
- monitorare e inviare periodicamente ai referenti del progetto la rassegna stampa.

Parallelamente, Stilema propone alcune azioni strategiche mirate a valorizzare aspetti diversi del progetto:

- organizzare un evento di presentazione del Progetto, rivolto a giornalisti selezionati ed esperti del settore; da valutare, sin d'ora, la possibilità di inserire in questa cornice l'intervento specifico di uno studioso che possa dare alla comunicazione una cornice più ampia;
- realizzare un cronoprogramma delle azioni, subordinato al calendario degli eventi/attività del progetto, tra cui selezionare, in coordinamento con i singoli referenti, quelli di maggior rilievo per la veicolazione ai giornalisti;
- redarre un documento che racconti il progetto nel suo divenire: tale documento andrà costantemente aggiornato e verrà trasmesso nella comunicazione a tutti gli stakeholders; potrà anche essere utilizzato nella comunicazione verso la cittadinanza.  
Da valutare la possibilità di sfruttare il cantiere stesso per veicolare queste informazioni sul procedere dei lavori, usandone i confini fisici per diffondere gli aggiornamenti tra i cittadini;
- offrire consulenza su un'eventuale strategia di comunicazione social, affiancando la persona incaricata nell'elaborazione del piano editoriale delle diverse piattaforme.

## **Coordinamento tra le diverse attività proposte per il progetto**

Stilema si incaricherà anche di organizzare e coordinare le attività e gli eventi proposti per il progetto e di seguito elencati a puro titolo di esempio, curando la gestione delle diverse iniziative e gli attori coinvolti, tenendo i rapporti con le persone coinvolte.

### **Attività proposte**

Al fine di comunicare il progetto, Stilema propone un piano di lavoro articolato come segue:

1. Valorizzare l'esistente
2. Creare la squadra
3. Cercare le radici
4. Costruire le memorie
5. Ripensare le parole

## 6. Narrare le esperienze

### 1. Valorizzare l'esistente

- **Mettere a sistema le attività in corso** (culturali, ricreative, sociali ecc.);
- organizzare un calendario eventi unico;
- avviare il **processo di valorizzazione delle attività**, costruendo un **piano di comunicazione** finalizzato a creare una **rete**, dare visibilità alle **iniziative** e ai **promotori**.

Nell'ambito del progetto, Stilema si occuperà anche di allestire un database, costantemente aggiornato, delle associazioni culturali cittadine, delle iniziative sul territorio, degli eventi e delle personalità coinvolte, così da mantenere una visione d'insieme sul contesto in cui il progetto si inserisce.

### 2. Creare una squadra

Coinvolgere i **principali referenti delle iniziative** in un processo di **sensibilizzazione, motivazione e scambio**, per creare una squadra capace di:

- preparare un terreno fertile per la germinazione di idee e spunti;
- innescare collaborazioni e partnership;
- avviare meccanismi di partecipazione;
- far emergere eventuali figure adatte a ricoprire ruoli di leadership.

#### Consulente proposto:

**Mauro Berruto**, già commissario tecnico della nazionale maschile di pallavolo e Amministratore Delegato della Scuola Holden di Torino: la sua partecipazione sarà finalizzata a valorizzare i talenti delle persone coinvolte nel processo, portando avanti un lavoro motivazionale e andando a innescare una dinamica di lavoro di squadra.

### 3. Cercare le radici

Raccontare la **storia** della città attraverso le **immagini**.

- Coinvolgere le scuole per innescare un processo di conoscenza: avviare una collaborazione con il sistema scolastico per portare bambine e bambini alla ricerca di vecchie fotografie della città negli archivi locali e familiari;
- Individuare gli spazi e i momenti emblematici delle trasformazioni che la città ha subito nel tempo, riconoscendone il potere simbolico;

- le foto reperite, insieme a scatti recenti commissionati a un fotografo professionista, convergeranno in un evento espositivo che consenta di condividere con la città gli elementi emersi.

#### **Consulenti suggeriti:**

**Grande Fabbrica delle Parole**, organizzazione no profit che, dal 2012, realizza laboratori gratuiti di scrittura per le scuole primarie e secondarie di primo grado, impegnandosi per garantire a bambine e bambini, ragazze e ragazzi, un libero accesso al mondo del libro e della cultura. La realtà è qui indicata a puro titolo di esempio, in quanto si ritiene che sarebbe preferibile individuare un'organizzazione affine sul territorio di riferimento, se possibile.

**Adrea Staid**, docente di antropologia culturale alla NABA – Nuova Accademia delle Belle Arti, esperto soprattutto delle diverse forme dell'abitare: ha scritto diversi libri sul tema, tra cui *Abitare illegale* e *I dannati della metropoli*; collabora con diverse testate, tra cui *Left*, *Il Tascabile* e *La Ricerca*.

**Silvia Botti**, architetta e giornalista, specializzata nel campo del progetto e dello sviluppo urbano, già direttore di *Abitare*. Ha curato progetti di ricerca per il Politecnico di Milano ed è Presidente della Fondazione Giovanni Michelucci di Fiesole.

## **4. Costruire le memorie**

Stilema propone inoltre di allestire un lavoro di raccolta delle storie della città: storie delle persone e del loro rapporto con Cremona, storie di Cremona stessa, della sua vita quotidiana e delle piccole peculiarità che solo chi la vive può conoscere. Tale raccolta di storie, personali e collettive, andrà a confluire in un'operazione di raccordo che permetta di trarne un unico racconto corale e autentico della città, con tutte le sue voci.

Si suggerisce anche di organizzare una grande caccia al tesoro in tutta la città, per valorizzare la conoscenza generata e testarla concretamente lungo un tracciato che permette di scoprirla fisicamente.

Ogni indizio andrà a sondare tra i partecipanti la conoscenza di:

- toponimi antichi e attuali;
- spazi urbani e loro usi;
- storia della città;
- itinerari cittadini;
- spazi delle tradizioni locali.

#### **Consulenti proposti:**

**Matteo Caccia** scrittore, conduttore radiofonico e personalità di spicco del panorama culturale italiano, Matteo Caccia ha la capacità di individuare e valorizzare le trame nascoste delle storie che si intende raccontare, valorizzandone il potenziale umano e narrativo.

**Marco Ardemagni**, scrittore, conduttore radiofonico e autore televisivo. Ha condotto numerosi eventi dal vivo, come la Caccia al Libro per l'Associazione Italiana Editori nel 1994, Sentieri Acustici per la provincia di Pistoia nel 2006 e 2007, il Senigallia Fireworks Festival nel 2012 e, dal 2013 a svariati eventi nell'ambito dell'Overtime Festival a Macerata, Tipicità a Fermo e Tipicità in Blu ad Ancona. Dal 2017 è l'arbitro ufficiale del Pugilato Letterario.

## 5. Ripensare le parole

Organizzare un ciclo di incontri con studiosi (sociologi, urbanisti, architetti, antropologi), per invitarli a dialogare a partire da alcune parole chiave, che innervano l'intero progetto. A puro titolo di esempio: Frontiere, Comunità, Rigenerazione, Gentrificazione.

Obiettivi:

- innescare una riflessione;
- creare occasioni di comunicazione.

Come curatore del ciclo d'incontri si propone **Stefano Bartezzaghi**, semiologo, scrittore e giornalista; collabora con testate quali *La Repubblica* e *L'Espresso*, è docente di Semiotica e Teoria della creatività presso la Libera università di lingue e comunicazione IULM di Milano, dove tra il 2026 e il 2018 ha diretto il Master di Giornalismo.

## 6. Narrare le esperienze

Tutte queste esperienze andranno a convergere in un piano di comunicazione articolato, che prevede:

- comunicazione diretta (sito, profili social, volantini, manifesti);
- attività di ufficio stampa;
- comunicazione istituzionale.

Ogni parte della comunicazione verrà trattata come parte di una narrazione più ampia e complessa, quindi inserita all'interno del racconto in armonia con tutte le sue parti.

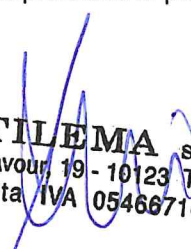
Di seguito alcuni nomi di persone che si vorrebbero coinvolgere nell'organizzazione di laboratori nelle scuole:

**Giulia Capodiecì:** laureata in Beni culturali e Comunicazione, si occupa di contenuti e strategie digitali. Ha curato i social di Meet the Media Guru e i contenuti per il progetto di esplorazione urbana Wonder Way, prima di passare alla comunicazione di BASE a Milano. Progetta workshop dedicati alla cura del verde e delle relazioni.

**Lidia Carew:** performer, ballerina professionista e fondatrice di Lidia Dice..., una no profit che cerca lo spazio espressivo per i talenti considerati improbabili. Attraverso la danza si occupa soprattutto di percorsi di mediazione culturale, con particolare attenzione per le differenze.

Proposte ancora da definire:

- Spin off di **BookCity Milano**

  
**STILEMA** s.r.l.  
Via Cavour, 19 - 10123 TORINO  
Partita IVA 05466710018

