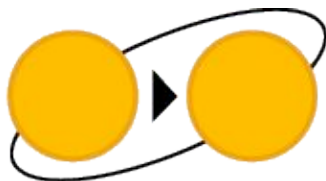


» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

## [ APPROFONDIMENTI TEMATICI ]



## Comunicando...

Benvenuti nella nuova sezione **Comunicando**, inizieremo insieme questo viaggio che ci farà incontrare una volta al mese.



Da parte mia, farò tutto il possibile per trasmettervi le mie conoscenze di comunicazione applicate al mondo delle cooperative sociali, spero possano essere utili al miglioramento della vostra realtà lavorativa. Da parte vostra vi prego di scatenarvi con qualsiasi domanda, chiarimento, problematica che riscontrerete nel quotidiano lavorativo.

In questa prima puntata iniziamo con un'introduzione che aiuterà a capire il perché della comunicazione a cosa serve e le sue potenzialità.

## La comunicazione nel mondo del sociale

La cooperativa sociale è a tutti gli effetti un'impresa, anche se da un punto di vista legislativo è regolamentata in modo differente da un'azienda che ha esclusivamente scopo di lucro. Questo significa che è anch'essa una realtà che ha rapporti con diversi pubblici che richiedono una comunicazione costante e strategica ai propri obiettivi.

## → Come comunicare



Anche se può sembrare un'affermazione banale, occorre sempre comunicare in modo professionale, anche in presenza di risorse limitate. Avendo ben presenti gli obiettivi della comunicazione, a chi è destinata e procedere per gradi ossia proporsi

sempre obiettivi perseguibili.

Inoltre una buona attività di comunicazione richiede una continuità d'azione e non interventi a spot, spesso sconsiderati o in contrasto tra loro. Sono sicura che **nessuno di noi** si servirebbe, o acquisterebbe dei servizi o dei prodotti da un'associazione **la cui immagine pubblica è mal presentata o controversa**.

## → Anatra o gallina?



Una vecchia storiella ben nota in ambiente pubblicitario afferma che oggi mangiamo uova di gallina e non di anatra perché la gallina, a differenza

dell'anatra, annuncia che ha fatto l'uovo e in questo modo invoglia il consumatore a raccogliere e a consumare il suo prodotto. In questa semplice storiella, più o meno fondata, c'è una profonda verità. Se vuoi farti conoscere o vendere qualcosa occorre gridarlo al vento.

Se poi il grido sarà di intensità tale da raggiungere tutto il mondo o di intensità ridotta perché rivolto a pochi vicini, dipenderà da cosa si vuole rendere noto. Indirizzarsi ad un target richiede di farsi conoscere nel modo migliore **attraverso un corretto piano di**

2. Tendenza a fare comunicazione "in casa", disperdendo così budget in azioni di comunicazione non programmate e non coordinate fra di loro, poiché ci si rivolge ad operatori diversi, di conseguenza con differenti interpretazioni del messaggio che la cooperativa vuole diffondere. **Risultato?! L'immagine e della cooperativa risulta confusa.**

## → Ma cosa si intende per immagine?



Stiamo parlando della cosiddetta "immagine aziendale" o come dicono gli americani **corporate image**.

A mio avviso c'è una definizione tratta da una pubblicazione di Ave Appiano: "Pubblicità

Comunicazione Immagine" che può chiarire il concetto.

L'immagine aziendale è quel complesso di caratteristiche e di peculiarità che un'azienda riesce a costruire attorno al proprio nome. A questo insieme di caratteristiche si devono aggiungere tutti gli attributi che i consumatori hanno a loro volta associato a quella determinata azienda.

**Vogliamo confondere i nostri pubblici?** Non credo, allora cerchiamo di produrre una comunicazione che possa diventare un segno!

Vi lascio con una semplice e apparentemente banale definizione:

Cosa significa **Comunicazione Strategica**. È l'arte di trasmettere e ricevere messaggi in modo tale da raggiungere determinati **obiettivi**. Vi chiederete il perché di questa mia specifica; mi piacerebbe che ognuno di voi riflettesse su questo concetto e trasferisse il significato sulla propria realtà di riferimento, sia che ricopriate la carica di Presidente, sia che svolgiate il lavoro di Operatore Socio-Assistenziale o...

[Dora Carapellese]

*Nella prossima puntata tra un mese sempre su [www.socialinfo.it](http://www.socialinfo.it), scenderemo più nel merito della **realtà cooperativa**, e vedremo come iniziare a fare una buona attività di comunicazione strategica.*

## → Comunicando - Archivio

## ✓ Link

Scienze della Comunicazione.com  
Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione

Comunitàzione  
Community delle Scienze della Comunicazione

Studio Lentati  
Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale

Comunicando il sociale  
Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

Eticare  
Per definire la comunicazione sociale

Confcooperative  
Confederazione Cooperative Italiane

Legacoop  
Il sito di Legacoop

## L'autrice

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

**Dora Carapellese**

**Contatta l'autrice**

**comunicazione** che metta in risalto l'immagine della cooperativa, presenti in modo efficace **i suoi servizi o i suoi prodotti**.

### → Comunicazione e cooperativa sociale



Prendendo a campione una serie di Cooperative Sociali e analizzando le varie attività di comunicazione sono emersi a mio avviso due elementi:

**1.** Pur sentendo il bisogno di fare attività di comunicazione, spesso l'esigenza di comunicare non è percepita come **strategica** dalla Cooperativa, che preferisce concentrare prevalentemente le priorità e le risorse esclusivamente su altri aspetti gestionali [[vai su >>](#)]

### ✓ Eventi

Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa  
2 - 3 luglio 2004 - Genova

Il master in Responsabilità sociale delle imprese  
Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

Il convegno Master-Com  
L'impossibilità di non comunicare

### ✓ Risorse

[inizio pagina](#)

| [home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) |  
| [ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |