

**Cooperative Sociali**

Se adotti un Bambino a distanza gli Regali una Famiglia! 28€ al mese.

**Master Comunicazione**

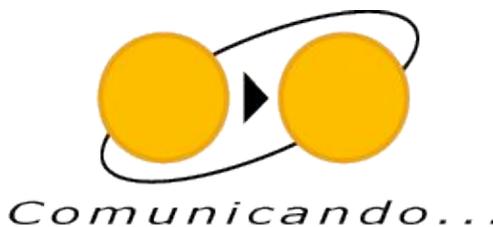
Richiedi info sui corsi Accademia del Lusso per lavorare nella moda!

» home

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

**[ APPROFONDIMENTI TEMATICI ]**

<b>e</b> venti
Convegni
Formazione
Comunicati stampa
<b>P</b> ubblicazioni
Libri
Riviste
Agenzia Auser
<b>a</b> pprofondimenti
Alzheimer
Speciale Disabili
Assistenza Domiciliare
Certificazione qualità
Comunicando
Civitas
Telemedicina
Speciale IPAB
Speciale PTE - EXPO
VMD
<b>a</b> ssociazioni
<b>S</b> trutture online
<b>L</b> avoro
<b>R</b> icerca
<b>G</b> lossario
<b>S</b> egnaliamo
<b>f</b> orum
<b>a</b> rchivio
<b>P</b> roponi evento
<b>L</b> ink

**N.8 luglio 2004**

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.



**L'ottavo** appuntamento di "Comunicando", la sezione di Socialinfo.it dedicata alla comunicazione sociale curata da Dora Carapellese.

Uno strumento utile al miglioramento della comunicazione interna di una cooperativa è il **supporto visivo**.

**→ L'assemblea dei soci**

Uno dei problemi ricorrenti di Nuvola coop è la **scarsa affluenza** dei soci il giorno dell'assemblea ordinaria annuale.

Sappiamo tutti che l'assemblea è un momento formale in cui viene illustrato un report di tutte le attività svolte dalla cooperativa nell'ultimo esercizio.

Nella maggior parte dei casi si tratta di numeri e parole non sempre in grado di allettare e di mantenere alto il grado di attenzione del pubblico. Piccoli escamotage possono essere utili a creare degli **stimoli** per invogliare un maggior numero di presenze.

**→ La circolare**

Il punto di partenza è stato la circolare di comunicazione dell'assemblea che è inviata tramite posta ai vari Soci.



Il contenuto oltre ad avere la mera comunicazione del giorno, informava anche

dell'estrazione di un **premio** per tutti i partecipanti.

Un punto fondamentale sottolineato nella lettera è stato ricordare al Socio l'importanza della sua presenza come elemento propulsore per la crescita della cooperativa stessa, (a mio avviso utile per **consolidare** lo spirito di appartenenza alla cooperativa).

Inoltre è stata posta enfasi sull'utilizzo del nuovo strumento visivo che avrebbe accompagnato con le immagini la relazione del Presidente. La circolare è stata seguita da un **recall** telefonico, allo scopo di rafforzare ulteriormente la comunicazione scritta.

**→ L'importanza del visual**

È stata realizzata una presentazione visiva che mettesse in luce i vari punti della relazione del Presidente,

**→ Elementi ricorrenti nelle slide**

Il marchio è stato una costante in ogni slide per una precisa volontà comunicativa di dare forza e coerenza alla realtà della cooperativa.

L'utilizzo ricorrente del colore **istituzionale** di Nuvola coop: il blu, costituisce la personalizzazione e l'identificazione dell'immagine della cooperativa. Il sapiente accostamento di pochi altri colori non è assolutamente casuale ma frutto di un significato cromatico preciso.

**→ Un cenno sul colore**

Numerose indagini condotte nell'ambito della fisiologia della visione e della psicologia, hanno dimostrato che ogni esperienza cromatica è caratterizzata da alcuni **valori** percettivi

fondamentali: "la tonalità è l'attributo che rende possibile classificare un colore come rosso, giallo, blu ecc.; la luminosità, il valore secondo cui un colore è visto scuro o brillante; la saturazione, è un indice di quanto un colore si differenzia da un bianco di pari luminosità" (Baroni 1986).

Il bianco per esempio agisce sulla nostra **psiche** come un grande silenzio; il nero invece è un suono presente che lascia un eco di mistero; il rosso è un colore decisamente caldo, stimola maggiormente la nostra attenzione e ci segnala un pericolo, ma è anche sinonimo di forza e passione; il blu, tende a raffreddare e a calmare la mente; il verde sta a metà tra il caldo e il freddo; il giallo rappresenta la vitalità.

Il colore resta un elemento fondamentale dell'estetica della visione, come segno che coinvolge profondamente la nostra sfera emotiva.

*Aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento.*

*Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su [www.socialinfo.it](http://www.socialinfo.it).*

[Dora Carapellese]

**→ Comunicando - Archivio**

Numero 7 - maggio 2004

Numero 6 - aprile 2004

Numero 5 - marzo 2004

Numero 4 - febbraio 2004

Numero 3 - gennaio 2004

Numero 2 - dicembre 2003

Numero 1 - novembre 2003

**✓ 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

**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**



accompagnata in alcune slide da un sottofondo musicale. Le slide sono state realizzate con dei colori d'impatto, immagini semplici, grafici esplicativi, frasi brevi e concise.

La presentazione visiva della relazione ha diverse funzioni, tra le quali:

- facilitare la comprensione e la memorizzazione dei punti salienti della relazione;
- rafforzare la conoscenza della cooperativa;
- diffondere la consapevolezza della funzione sociale e finanziaria della cooperativa;
- aumentare la percezione positiva della cooperativa nel suo complesso.

Tutto ciò implica un coinvolgimento del pubblico, che in questo caso non solo costituisce una parte del capitale della cooperativa ma è anche un **opinion leader**.

Infatti, saranno loro per primi a parlare all'esterno di Nuvola coop.

L'eccellenza di un'azienda, la sua aderenza ai bisogni del proprio pubblico, possono **accelerare** e rafforzare moltissimo l'immagine della cooperativa. Il risultato di questa operazione è stato un aumento del numero di presenze all'assemblea.

[vai su >>]

**Eticare**

Per definire la comunicazione sociale

**Confcooperative**

Confederazione Cooperative Italiane

**Legacoop**

Il sito di Legacoop

**Ferpi**

Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

**Prima Comunicazione**

Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

**OCS**

Osservatorio Comunicazione Sanitaria

## ✓ Eventi

**Alla scoperta delle potenzialità della comunicazione**

7 - 16 maggio 2004 - Bologna

**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

 [inizio pagina](#)

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