

[home](#) [registrati](#) [forum](#) [link](#) [contattaci](#) [credits](#)

Comunicazione d'impresa

Comunicare in una Cooperativa

Dora Carapellese



Una delle radici essenziali della cooperazione è il mutuo soccorso che si sviluppò sin dagli inizi del secolo scorso, come tentativo di far fronte allo sviluppo industriale ed ai problemi sociali che esso poneva.

Il movimento cooperativo ha avuto da sempre una certa rilevanza sociale, in quanto espressione di classi subalterne aspiranti a realizzare attraverso l'associazionismo nuovi rapporti economici e nuove forme di solidarietà sociale. Il riconoscimento della funzione sociale della cooperazione basa la sua esistenza su due principi fondamentali: la **mutualità** e l'assenza di fini di speculazione privata. In particolare il rapporto mutualistico intercorrente tra i soci e la società consente ai membri degli organismi cooperativi di avere beni e servizi a prezzi più vantaggiosi rispetto a quelli di mercato (*L'impresa Cooperativa - Efeso*).

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.

Esiste nell'immaginario collettivo l'accezione di cooperativa come una realtà che non può permettersi investimenti in comunicazione poiché ritenuti di non primaria importanza, e soprattutto perché non esiste la disponibilità economica per poterlo fare. Erroneamente si pensa che gli investimenti pubblicitari siano esclusivo monopolio delle grandi aziende. Dalla mia esperienza nelle cooperative di tipo sociosanitarie, infatti, sono emersi due elementi che riassumono la mentalità con cui si gestisce di fatto la comunicazione al loro interno:

- ✓ 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.
- ✓ 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.

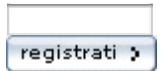
Il risultato è nella maggior parte dei casi un'immagine globale frammentata da mille messaggi scritti ed iconici.

Una buona attività di comunicazione richiede una continuità

New media
Televisione
Radio
Cinema
Giornalismo
Musica
C. d'impresa
C. pubblica
Libri
Editoriali e...
RP
Formazione



Eventi
Facoltà
Culture



Scarica tesine,
sintesi e
domande
d'esame



d'azione e non interventi a spot, spesso scoordinati 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.

Nessuna impresa cooperativa o comunque appartenente alla categoria del terzo settore può giustificare la propria carenza comunicativa ad una mancanza di risorse economiche.

Occorre sempre comunicare in modo professionale, anche in presenza di budget limitati. Avendo ben presenti gli obiettivi della comunicazione, a chi è destinata e procedere per gradi, ovvero, proporsi sempre obiettivi perseguibili.

È possibile con poche risorse ORDINARE le parole e COSTRUIRE l'immagine dell'azienda cooperativa, basta abbinare ai principi base di una corretta comunicazione tre elementi chiave: *adattabilità, buon senso e creatività*.

Link: www.socialinfo.it

Lunedì 25 Ottobre - 12:41

[Torna alla home page](#)



[home](#) | [registrati](#) | [contattaci](#) | [credits](#) | [note legali](#) | [aggiungi ai preferiti](#)

Copyright © 2002 ScienzedellaComunicazione.Com

Tutti i diritti appartengono ai legittimi proprietari.

E' vietata la riproduzione anche parziale dei contenuti.

Per la pubblicità su questo sito la concessionaria esclusiva è WebAds.

