



Bozza Piano di Comunicazione

2018 -2019

Area Comunicazione Non Profit Network – CSV trentino

Il Ruolo della Comunicazione

Il presente elaborato ha lo scopo di indicare i macro obiettivi sui quali orientare l'azione comunicativa di Non Profit Network - CSV Trentino (NPN - CSV) nel medio periodo, esplicitandone i presupposti e immaginando specifiche attività correlate. L'elaborato unisce elementi nuovi a quelli acquisiti con la programmazione del Piano di Comunicazione Istituzionale 2015/2017 e li armonizza in una visione d'insieme.

Per NPN la Comunicazione è parte integrante della *governance* immaginata e perseguita attraverso il processo di progettazione condivisa; quindi è da considerarsi un elemento comune e trasversale a tutte le funzioni e servizi: un fattore che permea l'intera attività dell'Organizzazione. Per questo il PdC è da intendersi come orientamento ad una visione operativa complessiva di NPN e, in quanto tale, come strumento destinato ad essere integrato, nel tempo, da una progettazione di dettaglio.

La Comunicazione interna e la comunicazione esterna

L'efficacia comunicativa di una realtà come NBPN CSV trentino necessita di una visione integrata della comunicazione interna e di quella esterna. La seconda è solo in apparenza più impegnativa, il suo funzionamento, infatti, poggia sulla prima. L'effettiva coesione tra le espressioni di NPN – CSV net – le associazioni socie, lo staff, il consiglio direttivo, i collaboratori – influenza il timbro e la qualità della comunicazione esterna. Motore principale di questa coesione è la circolazione di informazioni all'interno dell'organizzazione.

In particolare sono obiettivi operativi di comunicazione interna quelli volti a potenziare e promuovere i flussi di informazione all'interno dell'organizzazione, garantire una maggiore consapevolezza e condivisione delle linee strategiche. A questi aspetti si connettono le strategie di comunicazione esterna dedicate a coordinare l'utilizzo di prodotti informativi e promozionali, implementare le azioni di dialogo e confronto con i diversi pubblici, potenziare le attività interattive del sito web istituzionale e dei social network, potenziare l'accesso ai servizi informatici e multimediali, valorizzare la promozione dei servizi offerti secondo le nuove logiche dettate dalla Riforma.

La Portata culturale di NPN - CSV trentino

Si ritiene prioritario lavorare sulla percezione rispetto a NPN- CSV, andando ad incidere ancora sull'immagine esterna attraverso una comunicazione che ne enfatizzi la portata culturale e l'efficacia per la crescita del volontariato, della solidarietà e, quindi, della coesione in Trentino. Va superata la tendenza, spesso "connaturata" nelle associazioni, a comunicare avendo come riferimenti solo alcuni soggetti, solo pochi argomenti legati al proprio mandato istituzionale, con un linguaggio specialistico e talvolta "esoterico".

Nel biennio 2018/2019 Non Profit Network- CSV Trentino continuerà a garantire la diffusione delle attività promosse dalle associazioni e a promuovere specifiche attività formative al fine di rafforzare le loro competenze in ambito comunicativo, soprattutto per quelle più piccole e meno strutturate che presentano anche una minor consapevolezza del potenziale insito in una comunicazione efficace. Inoltre, rimane importante riuscire ad agire strategicamente per rafforzare la comunicazione a livello delle singole Comunità di Valle che spesso corrono il rischio di rimanere isolate. La Riforma del Terzo Settore rende ancora più urgente un salto di qualità dell'area comunicazione, in particolare in relazione a necessità di rendicontazione e trasparenza che vengono introdotte per le organizzazioni.

Dagli Indirizzi Strategici agli Obiettivi Strategici di Comunicazione

È necessario tradurre gli indirizzi strategici di NPN in obiettivi di Comunicazione capaci di:

1) accompagnare il cambiamento in atto; 2) definire approcci e strumenti utili a ciascun membro dell'Organizzazione impegnato a perseguire i propri obiettivi funzionali in un'ottica complessiva di comunicazione integrata, di condivisione e confronto costante; 3) orientare per raggiungere standard ottimali di gestione della comunicazione.

Gli indirizzi strategici 2017/2019

- Rafforzare il ruolo di Non Profit Network-CSV Trentino come referente del mondo dei media locali nei confronti degli enti di Terzo Settore;
- Consolidare gli investimenti fatti sui nuovi canali di comunicazione e rafforzare i rapporti con la carta stampata per raggiungere un target ancora molto fidelizzato a questo strumento;
- Confermare periodici approfondimenti sulle tematiche di cui si occupa il volontariato, oltre che dare visibilità alle notizie di ogni ente;
- Sostenere il rafforzamento delle competenze comunicative del volontariato, anche attraverso una formazione mirata e precisa;
- Mantenere un rapporto stabile con giornalisti e media anche per promuovere un'informazione il più possibile corretta e rispettosa dei soggetti deboli.

Gli indirizzi strategici trasversali 2017/2019

- Ampliare e rafforzare la partecipazione della base sociale di NPN – CSV Trentino
- Fare rete con altri enti e istituzioni del territorio;
- Rendere più accessibili i servizi a chi vive nei territori decentrati;
- Promuovere collaborazioni e azioni in rete tra i diversi soggetti del territorio.

Alla luce degli indirizzi strategici definiti, il piano di Comunicazione persegue i seguenti Obiettivi strategici di Comunicazione 2018/2019 con le progettualità indicate nel Piano Attività

- Comunicare il cambiamento di ruolo, l'identità complessa e la missione di NPN – CSV, alla luce della Riforma del Terzo Settore

Piano attività 2018: TOUR RIFORMA; VOCI AL VOLO;

- Comunicare, chiarire e informare i pubblici di riferimento sugli aspetti relativi alla Riforma del Terzo Settore

Pa18: TOUR RIFORMA; SPAZIO WEB RIFORMA;

- Promuovere fra i giovani la cultura del volontariato, valorizzandone le connessioni con il Servizio Civile e le modalità didattiche innovative dell'alternanza scuola-lavoro

Pa18: TU COSA CI METTI; IMPACT JOURNALISM; SUMMER SCHOOL;

- Contribuire allo sviluppo di un'idea di volontariato nella sua dimensione innovativa, in relazione ai temi "Beni Comuni" e cittadinanza attiva

Pa18: COLTIVIAMO CON CURA; SUMMER SCHOOL, VOCI AL VOLO; EVENTO DICEMBRE;

- Valorizzare l'Ufficio «sVOLta» come luogo capace di promuovere la progettualità delle associazioni e le azioni innovative a favore del volontariato locale

Pa18: VOCI AL VOLO; SCUOLA DI PROGETTAZIONE E COMUNICAZIONE;

- Far conoscere e promuovere il ruolo di NPN nell'animazione territoriale, finalizzata a dare visibilità ai valori del volontariato e all'impatto di questi sulla comunità di riferimento, rafforzando la presenza dei volontari all'interno degli Enti del Terzo Settore:

Pa18: VOCI AL VOLO, IL DOLOMITI; IMPACT JOURNALISM;

- Approfondire i temi sviluppati dalle partnership trasversali, che valorizzano il volontariato nell'ambito di pratiche di welfare generativo

Pa18: SCUOLA DI PROGETTAZIONE E COMUNICAZIONE;

- Aumentare la notorietà di NPN – CSV e dei servizi offerti in tutto il territorio provinciale, potenziando la presenza nella base sociale di organizzazioni di tutte le Comunità di Valle

Pa18: VOCI AL VOLO, ILDOLOMITI.

Obiettivo strategico di comunicazione trasversale:

Diventare riferimento primario del volontariato territoriale per la produzione e la diffusione di: notizie e storie originali, dati aggiornati, documentazione, cultura e competenze derivanti dall'esperienza quotidiana del proprio servizio.

Gli Obiettivi Strategici di Comunicazione diventano operativi

Questi obiettivi strategici vanno tradotti in obiettivi operativi di comunicazione, tenendo conto dei pubblici di riferimento. Gli obiettivi operativi consistono in azioni specifiche di comunicazione e nella scelta degli strumenti più idonei per raggiungere determinati risultati. Per il passaggio all'operatività del Piano di Comunicazione sono tenute in forte considerazione e rielaborate le criticità evidenziate nella valutazione del precedente Piano – approvata dall'Assemblea dei Soci del

23 febbraio 2017 e precedentemente discussa in Consiglio Direttivo –, alla luce delle nuove linee strategiche e del Piano Attività 2018. Gli obiettivi strategici di comunicazione, quindi, vengono declinati coerentemente rispetto agli strumenti e alle azioni necessarie.

I principali mezzi di comunicazione utilizzati da NPN sono:

| | |
|---------------------------------|--|
| Newsletter sociale | Le associazioni hanno la possibilità di inserire le proprie notizie relative a promozione eventi, ricerca volontari e attività formative all'interno della newsletter promossa settimanalmente. |
| Newsletter straordinarie | Diffonde le iniziative organizzate da NPN e rivolte alle associazioni. |
| Newsletter giuridica | Diffonde aggiornamenti sulla Riforma del Terzo Settore e vengono ricordati scadenze e adempimenti periodici per le associazioni. Le newsletter giuridiche inviate nel 2017 sono state 14. |
| Sito Internet | Lo spazio web istituzionale che permette di identificare NPN – CSV trentino nel mondo online online. |
| Pagina Facebook | Tramite questo canale si promuovono approfondimenti su bandi, temi ed eventi legati al volontariato e al terzo settore. |
| Canale youtube | Attraverso questo strumento vengono diffusi i prodotti video realizzati da NPN. |
| Twitter | Twitter riprende le notizie della pagina Facebook. |
| Radio Dolomiti | In collaborazione con Radio Dolomiti viene trasmesso il programma Voci al Volo, con un format che prevede sempre 2 ospiti con il compito di raccontarsi e di raccontare il mondo del volontariato in modo inedito, affrontando temi sempre nuovi, creando connessioni fra mondi diversi, ma vicini grazie all'impegno dei volontari. |
| IIDolomiti | Partnership con il giornale online IIDolomiti.it per la pubblicazione di approfondimenti tematici e diffusione comunicati stampa. |

Gli **eventi**, intesi come strumenti comunicativi, hanno un ruolo cruciale. Durante l'anno devono essere organizzate una o più iniziative pubbliche che rendano riconoscibile NPN – CSV trentino, associando fortemente l'evento alla sigla e viceversa. Sono raccomandate formule quali: dibattiti con rappresentanti delle istituzioni e della cultura; confronto permanente con le maggiori organizzazioni del terzo settore, ecc. Anche la partecipazione ad eventi culturali di rilievo è cruciale per il posizionamento e il riconoscimento dell'organizzazione.

| Strumenti | Obiettivi operativi di comunicazione | Pubblici di riferimento | Azioni |
|--|--|---|---|
| Ufficio Stampa | <ul style="list-style-type: none"> - Rafforzare il ruolo di Non Profit Network-CSV Trentino come referente del mondo dei media locali nei confronti degli enti di Terzo Settore; - Comunicare il nuovo posizionamento di immagine e ruolo alla luce della Riforma, confermando l'identità rispetto ai partner istituzionali; - Mantenere una relazione positiva e interattiva con i mezzi di informazione della carta stampata con un focus sui contatti media dei territori periferici (a partire dalle riviste, giornali e testate varie diffuse a livello locale e dai testimoni privilegiati delle Politiche sociali delle Comunità di Valle); - Rafforzare la collaborazione con l'Ufficio Comunicazione del CSVnet per la risonanza mediatica nazionale. | Media, Cittadini, Volontari, Soci, ETS, Giovani, CSV NET, Studenti, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, Leader d'opinione a livello nazionale | <ul style="list-style-type: none"> - Aumento e pianificazione delle proprie uscite pubbliche (comunicati stampa, presenze sui media ecc.); - Stesura comunicati stampa e articoli ed eventuale organizzazione conferenze stampa; - Mappatura dei prodotti editoriali distribuiti nelle Comunità di Valle; - Implementazione partnership con il Dolomiti attraverso la realizzazione annuale di almeno 12 approfondimenti tematici (articolo, video, tg online) e la diffusione di tutti i nostri comunicati stampa. - Relazioni pubbliche con gli organi di informazione e gli stakeholder: contatti telefonici costanti, riunioni, condivisione informazioni via mail e networking; - Mantenere un rapporto stabile con giornalisti e media anche per promuovere un'informazione il più possibile corretta e rispettosa dei soggetti deboli. - Partecipazione alla Redazione diffusa di CSVnet con la produzione di articoli; - favorire e coordinare il contributo redazionale dello staff; |
| Newsletter sociale, straordinaria e giuridica | <ul style="list-style-type: none"> - Potenziare le relazioni <i>one to one</i> con le organizzazioni che usufruiscono del servizio evidenziando che i destinatari aumentano (ETS); - Valorizzare l'accesso ai servizi; Valorizzare la promozione dei servizi offerti; - Attrarre nuovi soci; - Valorizzare la componente condivisa all'interno dell'Associazione; - Mettere in rete le esperienze e le attività nel sociale degli attori del territorio; | Volontari, Soci, ETS, Associazioni diverse, Enti territoriali, Media, Leader d'opinione territoriali, Partner di progetto, Istituzioni, Enti locali, Fondazione Caritro, CoGevo | <ul style="list-style-type: none"> - Definizione editoriale di possibili sezioni per renderle più fruibile; - Aumento della visibilità dei soci attraverso la diffusione delle loro iniziative; - Garantire una comunicazione integrata con il sito internet; - Favorire la diffusione di notizie relative alle associazioni dei territori periferici; - Rendere la mailing list più numerosa; |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Social Network: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram(?) | <ul style="list-style-type: none"> - Raccontare con uno Storytelling adeguato il cambiamento di ruolo e l'identità complessa del CSV, alla luce della Riforma del Terzo Settore; - Potenziare l'accesso ai servizi e valorizzare la promozione dei servizi offerti; - Valorizzare la componente condivisa e dare spazio alle iniziative della base sociale; - Rafforzare la relazione con i soci; - Rafforzare la notorietà dell'organizzazione (Brand awareness); - Creare interesse e Buzz attorno a temi innovativi del volontariato; - Migliorare il livello di fiducia e reputazione online (Online reputation); - Generare maggiore traffico verso il sito (Traffic generation); - Migliorare il legame e il coinvolgimento empatico con i volontari e le associazioni | Soci, Associazioni diverse, ETS, Media, Cittadini, Volontari, Leader d'opinione, Enti non profit e partner di progetto, Cooperazione sociale –CSVnet e altri CSV | <ul style="list-style-type: none"> - Produrre contenuti di riferimento per il volontariato territoriale; - Evidenziare notizie e storie originali e dati aggiornati; - Proporre tematiche culturali derivanti dall'esperienza quotidiana del lavoro nei propri servizi; - Ridurre al minimo i tempi di reazione con il pubblico; - Individuare e conoscere le parole chiave; - Creare post diversi a seconda dei vari target; - Pubblicare di contenuti di valore, anche visual; |
| Spazi Web | <ul style="list-style-type: none"> - Informare sui servizi e sull'offerta formativa/informativa aumentando il grado di accessibilità ai servizi a chi vive nei territori decentrati; - Far emergere la nuova immagine di NPN-CSV Trentino; - Fornire servizi on line (prossimo sviluppo); - Potenziare l'accesso ai servizi informatici e multimediali da parte delle associazioni; - Valorizzare partnership (area collaboriamo con; proposta scambio link anche con Comunità di Valle) - Aumentare conoscenze condivise su temi civilistico-fiscali (area dedicata) - Creare un sito moderno che, oltre il nuovo sito istituzionale sarà sempre più, e inevitabilmente, lo strumento su cui incardinare tutta la comunicazione esterna (e in parte interna) di CSVnet. | Soci, ETS, Media locali e nazionali, Cittadini, Volontari, Associazioni diverse del territorio, Giovani, Studenti, Cooperazione sociale, CSVnet, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, Leader d'opinione, partner di progetto, Fondazioni, Cogevo | <ul style="list-style-type: none"> - Proporre efficacemente contenuti statici; - Accrescere sensibilmente la matrice informativa e renderla "scalabile" con nuove sezioni e contenuti; - Dare organicità e identità editoriale alle sezioni web; - Creare una Landing Page apposita per l'approfondimento sulla Riforma; |
| Formazione "Comunicare la propria mission" | <ul style="list-style-type: none"> - Fornire le competenze di base alle associazioni per orientarsi nel campo della comunicazione, considerando le linee guida che proposte dalla Riforma; | Soci, Associazioni territoriali, ETS, Volontari | <ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di laboratori pratici guidati per il trasferimento di conoscenza operativa (come fare per, cosa fare e cosa no, che strumenti usare). |

| | | | |
|--|---|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Migliorare la capacità di rendicontazione sul web delle organizzazioni non profit. - Rendere più efficace la presenza sul Web delle organizzazioni non profit; - Sostenere il rafforzamento delle competenze comunicative delle associazioni anche attraverso una formazione mirata; | | <ul style="list-style-type: none"> - Sono stati inoltre presentati casi studio ed esempi per imparare dalle pratiche buone e da quelle meno buone. |
| Formazione a distanza e Webinar | <ul style="list-style-type: none"> - Aumentare la notorietà di NPN – CSV e dei servizi offerti in tutto il territorio provinciale; - Contribuire ad aumentare le competenze delle Associazioni potenziando la presenza nella base sociale di organizzazioni di tutte le Comunità di Valle; - Comunicare e informare sugli aspetti relativi alla Riforma del Terzo Settore le Associazioni dei territori decentrati delle Comunità di Valle; - Promuovere una conoscenza condivisa; - Aumentare la notorietà e qualificazione immagine di NPN - Superare i limiti posti dall'assenza di un luogo e ridurre i costi complessivi dell'intervento didattico a regime; | Soci, ETS, Associazioni territoriali, staff, giovani, cittadini, Enti locali, Enti e Istituzioni del Territorio, partner di progetto, Fondazioni. | <ul style="list-style-type: none"> - Valutazione e predisposizione tecnica degli strumenti adeguati (audiovisivi ed informatici); - Razionalizzazione interventi dei formatori con distribuzione on-line delle varie tipologie di documenti e materiali audiovisivi anche interattivi; - Creazione di una formazione didattica parzialmente on-demand che semplifica la partecipazione ai corsi da parte di studenti lavoratori, anziani, etc. |