

Piano di comunicazione 2014

LA STRATEGIA

La comunicazione di CONCORD ITALIA è finalizzata a sensibilizzare la cittadinanza sulle attività, l'impatto e la sostenibilità delle nostre azioni nell'ambito degli interventi realizzati dai vari gruppi di lavoro.

Alla base della strategia di comunicazione si pongono i temi che concretizzano il valore aggiunto che i nostri progetti apportano nelle comunità cui si riferiscono. Quando si parla di solidarietà, aggregazione, spirito comunitario non ci si deve concentrare esclusivamente su elementi finanziari, ma sull'opportunità di creare una consapevolezza maggiore su ciò di cui stratta all'interno del contesto in cui si è inseriti. Per questo consideriamo fondamentale instaurare un dialogo reale e concreto con i cittadini, basato sulla fiducia e sulla condivisione delle scelte, costruite attraverso la massima trasparenza, la vicinanza e la partecipazione effettiva della società civile alle nostre attività.

Per l'attuazione del piano, anche sulla base dell'analisi di contesto, si individua una strategia di comunicazione integrata, intendendo:

- integrazione con le organizzazioni nazionali e internazionali componenti di CONCORD, che funge da "moltiplicatore" dei messaggi e risponde al principio di sussidiarietà, cioè parlare con i gruppi destinatari insieme ai soggetti che a loro sono più vicini;
- integrazione di strumenti e di canali e comunicazione mirata alle caratteristiche e alle esigenze dei gruppi destinatari, che significa nello specifico:
 - semplificazione del linguaggio;
 - comunicazione differenziata per pubblico;
 - utilizzo di strumenti tradizionali e innovativi;
 - comunicazione diretta e indiretta;
 - interattività con il pubblico.

Come sfondo di tutti i processi comunicativi è indispensabile consolidare un'immagine coordinata che garantisca la massima visibilità e riconoscibilità delle campagne e delle iniziative condotte per promuovere le nostre azioni. Il coinvolgimento diretto dei partecipanti alle attività fornirà, infine, la prospettiva corretta per inserire il contesto comunicativo in un quadro logico e funzionale.

OBIETTIVI GENERALI

Gli obiettivi del piano di comunicazione variano a seconda del tipo di evento, progetto o manifestazione che di volta in volta ci si troverà a dover comunicare. In linea generale, però, si possono considerare come obiettivi strategici del piano di comunicazione gli obiettivi stessi dell'organizzazione:

1. Rappresentare le ONG che operano in ambito europeo nel campo della cooperazione allo sviluppo dell'aiuto umanitario, dell'educazione globale, della sensibilizzazione del pubblico

2. Partecipare come membro pieno alla vita sociale di CONCORD e alle iniziative promosse da CONCORD
3. Rappresentare le posizioni e le richieste della confederazione di CONCORD presso le istituzioni europee, Commissione e Parlamento Europeo, e rappresentare CONCORD presso le istituzioni italiane: governo, ministeri, parlamento italiano.
4. Promuovere la partecipazione attiva delle ONG e delle associazioni italiane alla confederazione CONCORD e garantire la diffusione in Italia dei documenti e delle posizioni proposte dalla Confederazione.
5. Favorire e promuovere la partecipazione dei suoi membri al dibattito sulla cooperazione internazionale e le politiche di sviluppo a livello europeo.

OBIETTIVI SPECIFICI

Il raggiungimento degli obiettivi generali può essere declinato in alcuni obiettivi specifici e operativi:

- a) l'aumento del numero di contatti esterni (stakeholder potenziali) da raggiungere;
- b) il consolidamento della rete di organizzazioni aderenti (stakeholder attivi);
- c) la costanza nel numero di comunicazioni;
- d) la coerenza nel tipo di comunicazioni;
- e) la differenziazione nelle modalità di comunicazione.

DESTINATARI

Grande pubblico

Comprende tutta la cittadinanza da sensibilizzare sui temi specifici dei nostri interventi, attraverso campagne tematiche o relative a singoli interventi.

Aderenti e partner

Si tratta degli aderenti alla rete CONCORD ITALIA e ai vari partner con cui si entra necessariamente in contatto, che devono essere informati sulle varie attività dei gruppi per garantire una continuità temporale ai rapporti instaurati, nonché all'apertura di nuovi canali di coinvolgimento. Questa categoria comprende:

- a) istituzioni nazionali e internazionali;
- b) Organizzazioni della società civile;
- c) Università;
- d) Reti associative

CONTENUTI

I contenuti della nostra comunicazione possono essere suddivisi in tre macroaree:

- notizie;
- informazioni sui lavori dei gruppi;
- contributi diretti

Le notizie si intendono relative ai temi specifici di cui si occupa l'organizzazione. In particolare si darà visibilità alle principali novità legate alla solidarietà e alla cooperazione internazionale, sia in Italia che all'estero, prendendo spunto dalle informazioni pubblicate da CONCORD EUROPE. Le informazioni sui lavori dei gruppi saranno costruite attraverso la testimonianza diretta dei responsabili, osservatori privilegiati di questo tipo di azioni. I contributi diretti saranno invece richiesti a personalità di rilievo del mondo della cooperazione, legate alla nostra organizzazione da vincoli lavorativi o di amicizia, dedicandogli un apposita sezione del nostro sito.

STRUMENTI

Gli strumenti che adotteremo possono essere suddivisi per praticità in due grandi contenitori: comunicazione interna ed esterna. La comunicazione interna sarà rivolta ai membri di CONCORD ITALIA, considerabili stakeholders attivi.

La **comunicazione interna** costituisce la fonte primaria per la costruzione di contenuti che saranno indispensabili per la comunicazione esterna. Il tono di questa comunicazione sarà per lo più informale e diretto. Verrà predisposto una intranet apposita, con accesso riservato: INSITE CONCORD ITALIA. La intranet verrà caricata su un server di modo che tutti, anche dall'estero, possano avervi accesso e inserire le loro informazioni.

Inoltre, per tenere vivo il sito e la newsletter è necessario far arrivare il massimo delle informazioni alla segreteria e/o risorsa comunicazione riguardo alla partecipazione a riunioni, gruppi di lavoro, eventi. Si chiede quindi a tutti gli associati e ai colleghi delle diverse organizzazioni che partecipano a riunioni, gruppi di lavoro, eventi di compilare la **SCHEDA REPORT EVENTO/ATTIVITA'** (vedi fac-simile allegato) e di mandarla per mail a redazione@concorditalia.org e ong@ong.it

Le organizzazioni associate, da parte loro, possono **supportare le azioni di comunicazione della Piattaforma** semplicemente attraverso l'attivazione dei loro canali informativi, in pratica:

- **Stabilire un contatto** del proprio referente della Comunicazione (o ufficio stampa) con la risorsa comunicazione della Piattaforma (redazione@concorditalia.org)
- **Linkare il sito di Concord Italia** nella homepage del proprio sito/blog (anche attraverso l'uso del banner di Concord Italia)
- **Creare una pagina apposita del proprio sito/blog** che spiega cosa è la Piattaforma Concord Italia e la Confederazione europea Concord inserendo i link attivi ai rispettivi siti internet.
- **Diventare follower su Twitter** di @Concord_Italia e re-twittare i contenuti

- **Rilanciare sul proprio sito/blog/profilo Facebook le news** del sito www.concorditalia.org inserendo un link attivo

La **comunicazione esterna**, al contrario, sarà rivolta a quei destinatari definiti in precedenza. Su questi è necessario investire in azioni di comunicazione specifiche e mirate a costruire una relazione significativa con l'organizzazione. Gli strumenti della comunicazione esterna si suddividono in base al tipo di utilizzo e sono i seguenti.

Ralazione con i media

- Preparazione e diffusione di comunicati stampa e press kit (contenente informazioni più dettagliate, eventuale materiale fotografico o documenti vari). I canali presso cui saranno diffusi sono:
 - Agenzie stampa
 - Quotidiani
 - Periodici
 - Contenitori radio
 - Siti Internet Vari
- Preparazione di manchette o banner pubblicitari per cartacei o siti internet da definire a seconda dell'oggetto della comunicazione e del target di riferimento, qualora fossero necessari.

Comunicazione sul web

- **Sito:** gestione dello spazio web, con pubblicazione di post, eventi e commenti a fatti di attualità che riguardano i temi di cui si occupa l'organizzazione.
- **Newsletter:** pianificazione di una newsletter dedicata da mandare l'ultima settimana di ogni mese con informazioni varie sulle iniziative più imminenti che riguardano l'organizzazione.
- **Twitter:** gestione dell'account twitter @Concord_Italia, con pubblicazione quotidiana di link diretti alle news del sito

Produzione di materiali a stampa e audiovisivi

- Brochure e schede per singoli eventi
- Locandine

Campagne di comunicazione specifiche ed eventi

Da definire nel corso dell'anno, seguendo la programmazione del coordinamento di CONCORD ITALIA e quella di CONCORD EUROPE.

SCHEDA REPORT EVENTO/ATTIVITA' – FAC SIMILE

La presente scheda ha lo scopo di facilitare lo scambio d'informazione interno alla Piattaforma Concord Italia anche attraverso la pubblicazione delle informazioni sul sito www.concorditalia.org o nella newsletter.

TIPOLOGIA EVENTO/ATTIVITA': (es. conferenza, gruppo di lavoro, etc)

LUOGO:

DATA/ORARIO:

PARTECIPANTI: (es. membri, relatori, autorità, etc)

Presenti n°:

Tema/i trattati dall'evento	
Principali spunti emersi	
Dichiarazioni significative	
Altro	

Inviare la scheda compilata a: redazione@concorditalia.org e ong@ong.it

Allegare: Agenda dell'evento, Altri documenti / ppt, etc

Scheda redatta da: _____ email: _____