



e

COMUNICARE

A CURA DI

unicom

UNIONE NAZIONALE
IMPRESE DI COMUNICAZIONE

Fatti vedere per una buona causa

di Chiara Gallina

Account MGP cultura, immagine e comunicazione

La capacità di creare e diffondere contenuti efficaci e coerenti è importante per tutte le realtà organizzative, ma ancora di più nel caso del no profit. Comunicare (e comunicare bene) il terzo settore attiva infatti un circolo virtuoso: sempre più persone vengono a conoscenza di una determinata causa; alcune di queste si sensibilizzano, altre magari decidono di agire in prima persona, facendo una donazione, diventando volontari o semplicemente parlandone con altre persone. Rendersi visibili e diffondere la propria mission è quindi fondamentale per la sopravvivenza stessa delle Onlus, soprattutto in un momento in cui la crisi economica va a erodere le opportunità di finanziamento.

Nonostante questo, ancora oggi molte associazioni investono poco in comunicazione. La ragione a volte è una scarsa familiarità con i mezzi, altre volte è un vero e proprio pregiudizio nei confronti del marketing applicato al no profit, che viene visto come una contaminazione negativa di stampo lucrativo. Il rischio è quello di creare una comunità chiusa, ricca di valori e competenze ma incapace di dialogare con l'esterno. Da non sottovalutare anche la questione della credibilità e della reputazione: come è possibile reclutare volontari o fare fundraising se non si è disposti a raccontarsi? Ci sono poi da considerare alcune problematiche legate alla natura stessa dell'associazione.



CERCHIAMO VOLONTARI CHE IMPARINO A CONFRONTARSI CON TUTTI.

Ogni giorno i volontari di Telefono Amico rispondono a persone che hanno bisogno di aiuto. E imparano a confrontarsi con solitudine, ansia e depressione. Aiutando il prossimo, crescono interiormente. Abbiamo bisogno anche di te: se vuoi diventare volontario contattaci al telefono, via mail o visita il sito internet. numero unico nazionale 199 284 284

volontari@telefonamico.it

TelefonoAMICOItalia
VOLONTARI IN ASCOLTO
www.telefonamico.it

PARLIAMONE

Per le onlus comunicare contenuti e risultati è fondamentale per coinvolgere più persone. Dal 2012, Telefono Amico Italia, tutelando la privacy, offre i dati delle telefonate all'Università Cattolica di Milano per un'indagine statistica: in cambio ottiene visibilità.

Non sempre, infatti, il lavoro dei volontari è facilmente percepibile dal grande pubblico. Spesso si svolge a un livello confidenziale, quasi invisibile, anche per ragioni di privacy dei soggetti coinvolti. È questo il caso di Telefono Amico Italia Onlus, organizzazione di volontariato che dal 1967 offre un servizio di ascolto telefonico a chiunque si trovi in una situazione di disagio emotivo, arrivando magari a pensare al suicidio. L'attività di Telefono Amico Italia è però fondata sull'anonimato di chi chiama e di chi ascolta: questo da una parte per consentire la massima apertura e confidenza del colloquio, dall'altra per tutela-

re il delicato lavoro dei volontari.

In situazioni come questa, la sfida è quella di creare dei contenuti significativi e notiziabili, che riescano a comunicare all'esterno l'attività dell'associazione e le sue ricadute sull'intera collettività. Può essere utile legare il nome della Onlus a quello di un'altra istituzione riconosciuta, come ha fatto Telefono Amico Italia con un recente accordo stipulato con l'Università Cattolica di Milano. L'Associazione ha iniziato da qualche anno a raccogliere i dati delle telefonate - a puro titolo statistico - con l'obiettivo di fotografare le principali problematiche esistenziali degli italiani.

Nel 2012 questi dati sono stati analizzati dal laboratorio di statistica applicata alle decisioni economico-aziendali dell'Università Cattolica di Milano guidato da Alessandro Rosina e presentati in occasione di una conferenza stampa. L'attualità dei contenuti - molto spesso le difficoltà emotive erano collegate al persistere della crisi - ha attirato l'attenzione dei media sull'attività di Telefono Amico Italia, aiutando l'associazione a guadagnare visibilità. Il progetto con l'Università Cattolica proseguirà anche nel 2013, con una nuova indagine qualitativa che coinvolge alcuni studenti del corso di Laurea in Scienze e Tecniche Psicologiche.