

GRUPPO DI LAVORO COMUNICAZIONE ESTERNA

RELAZIONE CONCLUSIVA

Premessa

Il gruppo di lavoro comunicazione esterna era composto da 16 persone a rappresentare 14 ASC locali, a cui si è aggiunta la rappresentante nazionale UISP.

Il gruppo di lavoro si proponeva di individuare alcune linee guida generali e comuni a tutte le ASC per

- **Rafforzare l'identità e i valori di ASC;**
- **Comunicare i punti di forza di ASC all'esterno, valutando le specifiche dei diversi strumenti di comunicazione;**
- **Individuare modalità di promozione del bando;**

al fine di produrre una serie di proposte che siano alla base del lavoro del Consiglio Nazionale di ASC per i prossimi due anni.

Il percorso di lavoro individuato prevedeva un approccio in 3 passaggi successivi.

Un iniziale momento di condivisione ed esplicitazione dei valori di ASC, per capire se tutti i partecipanti avessero un'idea comune di cos'è ASC.

La seconda parte della discussione era pensata per individuare (e condividere) i punti di forza di ASC da comunicare all'esterno.

La terza parte per arrivare a suggerimenti operativi da portare al Consiglio nazionale.

PRESENTI

Federico Murzi, Sassari Francesco Avarello, Catania Mauro Pizzato, Torino Senatore, Salerno Papali Empoli Marta Passarin, Vicenza	Linda Pelizzoli, Rimini Grazia Bucca, Palermo Francesco di Gregorio, Bari Antonella di Spena, Lamezia Alina Tomasella, Trieste	Alice pennone, Trieste Verter Tursi, Pisa Lucia Tubaro, Milano Emanuela Claiset, UISP Nazionale Miriam Faouzi, Modena
--	--	---

I lavori del gruppo

L'incontro è iniziato con un giro di opinioni per far emergere quali sono le caratteristiche distintive di ASC rispetto alle altre realtà che presentano progetti di servizio civile.

I **valori**, nella discussione, si sono un po' confusi con le caratteristiche. In ogni caso quelli emersi sono: *maggior attenzione alla formazione, laicità, attenzione alle persone, azione più complessa di cittadinanza attiva, non esauendo l'attività nel singolo progetto di servizio civile.*

Una volta definite le caratteristiche distintive, per arrivare a una strategia comune di comunicazione esterna si è cercato di evidenziare quali sono i valori che vogliamo comunicare all'esterno, per efficacia, per opportunità, per distintività.

Il ruolo del volontario, al centro di tutta l'attività di ASC (il ragazzo è al centro del percorso) è senza dubbio il perno attorno a cui far ruotare la comunicazione, rafforzando il ruolo del "protagonista" con gli elementi



di inclusività, di cittadinanza attiva, di laicità che **l'ambiente ASC** mette a disposizione per la crescita personale del ragazzo (*sappiamo accogliere, non siamo discriminatori; laicità e progressismo*).

Fino a questa parte della discussione le opinioni emerse, seppur differenziate, sono comunque abbastanza precise nel rappresentare ASC come un'entità dall'identità definita.

Quando però si sono confrontati i concetti espressi con il modo con cui si fa comunicazione nel territorio, sono emerse differenze notevoli.

Gli interventi hanno evidenziato **modi diversi di raccontare ASC** (*variegati in senso negativo perché ogni ente attuatore ha la sua identità*), non solo nei mezzi scelti ma anche nelle modalità e nella scelta dei valori da comunicare. Da qui una sorta di richiesta al nazionale di **coordinare un po' l'attività** (*servono materiali comuni dal nazionale per trasmettere la stessa identità*)

Quello che è stato ribadito più volte è il **desiderio di scambio** (*conoscere le best practice delle altre sedi*) e di **professionalizzarsi** negli strumenti di comunicazione (*serve un corso di comunicazione*).

Discutendo su cosa dovrebbe fare ASC nei tre livelli le proposte sono state ampie e variegate. È stata evidenziata una difficoltà nel comprendere il target di riferimento (*la comunicazione del nazionale è poco chiara, non ha individuato dei target specifici*) e nei media utilizzati (*Attenzione alla scelta dei social, imparare a utilizzare i social, dare delle linee guida di comunicazione*).

Stessa difficoltà confermata quando è stato chiesto quale, a loro parere, era il pubblico da intercettare:

- i giovani in età da bando;
- la società civile;
- la comunità;
- le famiglie;
- gli altri Enti del III settore, sia soci che non ancora soci;
- i cittadini
- gli intermediari: insegnanti, genitori, educatori o cooperative
- le scuole
- le università

Cosa si dovrebbe comunicare è un'altra domanda a cui è stato risposto in modo ampio e variegato:

- campagne sui temi/valori fondanti di ASC
- raccoglie e raccontare le storie di quello che facciamo ogni giorno
- Comunicazione anche lontano dal bando e svincolata dalla promozione dei progetti
- organizzare un evento nazionale

Le richieste al consiglio nazionale

Volendo fare una sintesi delle richieste emerse durante i lavori, si possono così riassumere:

1. **Corso di formazione** sulla comunicazione
2. Istituzione di **un coordinamento nazionale della comunicazione** con le varie sedi territoriali: un tavolo nazionale che dia le linee guida



- a. Che stimoli la condivisione dei valori, dei materiali
- b. Che stimoli il coinvolgimento dei volontari
3. Istituzione di un **evento nazionale** da svolgere in contemporanea in tutte le piazze, per parlare del SC ma svincolati dalla promozione del bando
4. **Coinvolgere il sistema scolastico** a livello nazionale e continuativo per:
 - a. Insegnanti (fine superiori, Università) come promotori del bando, primi “selezionatori” dei ragazzi potenzialmente interessati
 - b. Scuola (primaria e secondaria) come luogo per veicolare i valori di ASC: nonviolenza, pacifismo, antifascismo, ecc.
5. Realizzazione di **progetti/attività continuative** nell’arco dell’anno che coinvolgano i mondi vicini ad ASC, **interessati ai valori di ASC e del Servizio Civile** come Difesa della patria, ma non interessati al bando
6. Coinvolgere i **ragazzi (volontari) nella comunicazione ASC**
7. **Restyling del logo e del font**, con il coinvolgimento delle ASC territoriali

DESCRIZIONE DEGLI INTERVENTI

Cosa distingue il SC in ASC rispetto alle altre realtà?

COME SI SONO SVILUPPATI GLI INTERVENTI

Tomasello: la formazione, migliore più approfondita

Avarello, approccio non formale alla formazione

Passarin: la laicità (non confessionale, siamo progressisti, aperti alle differenze, accoglienti)

Bucca: diamo più attenzione alle persone: non pensiamo unicamente per progetti ma pensiamo al bene del ragazzo

Avarello: i volontari ci scelgono per essere formati, non per avere un lavoro. Chi ci sceglie è mediamente più informato.

Bucca: siamo un ente più riconoscibile, i ragazzi ci conoscono → **Pelizzoli:** non c’è molta riconoscibilità

Tursi: il rapporto con il servizio civile non si esaurisce col bando

Facciamo cittadinanza attiva sul territorio

Siamo riconosciuti per la storia che abbiamo fatto nel SC

Senatore: abbiamo un’offerta multiforme

Avarello: i volontari restano legati ad ASC

Di Spena: ci riconoscono come ente che fa servizio civile non come ASC

Di gregorio: sappiamo valorizzare le competenze

Cresciamo con i ragazzi miglioriamo i progetti di anno in anno, grazie alle loro osservazioni

Murzi: la nostra identità non passa all’esterno



Quali valori comunicare all'esterno?

COME SI SONO SVILUPPATI GLI INTERVENTI

Passarin: abbiamo le idee chiare: pace, cultura, intercultura, protagonismo giovanile

Tursi: poniamo i giovani al centro

Diamo spazio ai giovani, li stimoliamo alla cittadinanza attiva

Murzi: laicità e progressismo

Tomasello: il ragazzo è al centro del percorso

Tursi: Sappiamo accogliere, non siamo discriminatori

Spieghiamo ai ragazzi cosa faccio, perché lo faccio

Non siamo monotematici (es. Caritas)

Bucca: non siamo connotati dal compito

Siamo inclusivi

Raccontiamo in modo uniforme i valori all'esterno?

COME SI SONO SVILUPPATI GLI INTERVENTI

Passarin: non so cosa fanno gli altri, mi piacerebbe conoscere le best practice delle altre sedi

Di gregorio: il nostro racconto è legato al territorio

Tursi: ci sono molte differenze nelle comunicazioni a livello territoriale

Tomasello: serve un corso di comunicazione

Senatore: siamo associazione di associazione → variegati in senso negativo perché ogni ente attuatore ha la sua identità

Bucca: servono materiali comuni dal nazionale per trasmettere la stessa identità

Cosa dovrebbero fare i 3 livelli di ASC?

COME SI SONO SVILUPPATI GLI INTERVENTI

Pelizzoli: la comunicazione del nazionale è poco chiara, non ha individuato dei target specifici. I post sull'assemblea sono comunicazione interna rivolta ai volontari che non sono interessati

Claiset (UISP): definire a livello nazionale con quali sistemi comunico, dare delle linee guida di comunicazione

Pennone: Attenzione alla scelta dei social, imparare a utilizzare i social

Pelizzoli: serve un corso di comunicazione

Senatore: a livello nazionale servono campagne sui temi/valori fondanti di ASC: antifascismo, non violenza, ecc.

A livello regionale una newsletter o simile per condividere le cose che si fanno sul territorio

A livello locale imparare a raccogliere e raccontare le storie di quello che facciamo ogni giorno

Tursi: serve una campagna sui valori di fondo da parte del nazionale

Dovremmo organizzare un evento nazionale sul territorio

Comunicazione anche lontano dal bando e svincolata dalla promozione dei progetti



Pizzato: sfruttare il livello locale per rilanciare temi scelti dal nazionale, che dà anche delle indicazioni
Costruire dal basso uno scambio informativo, la partecipazione

A quali pubblici dobbiamo comunicare?

Avarello: i ragazzi per raccontare il SC

La società civile

Passarin: i giovani in età da bando

Tursi: la comunità

le famiglie

usare i social per comunicare ai ragazzi

Senatore: gli altri Enti del III settore, sia soci che non ancora soci

I cittadini

I giovani da bando

Pelizzoli: gli intermediari: insegnanti, genitori, educatori o cooperative

Tomasello: le scuole (ma banchetti poco efficaci)

Di Spina: al momento si riesce a entrare nelle scuole (fisicamente) con i rapporti personali

Papale: dovremmo andare alle giornate di orientamento

Tursi: a Pisa c'è accordo con Università per crediti formativi

Con CESVOT per raccontare nelle scuole quello che facciamo (sia medie che superiori per parlare di cittadinanza attiva)

Di Gregorio: il nostro pubblico è composto soprattutto di universitari

Come prepararci a bando?

Pelizzoli: Sì alle cartoline, ma con testi più semplici, più diretti e con meno colori

Passarin: meno testo

Tornare a comprendere/cambiare/agire

La discussione (erano quasi le 13) si è ingarbugliata e quindi devo fare la sintesi:

- creare un file aperto e digitale di una campagna di promozione del bando che ognuno declina e stampa a piacere (cartolina, locandina, manifesto, banner)
- stampare qualche cartolina
- fare campagne istituzionali durante l'anno