



SERVIRE PER CAMBIARE VITE



Luigi Viana Governatore anno 2021-2022

Carmelo Velardo
Comunicazione e Immagine Pubblica

OBBIETTIVI E MODALITÀ DELLA COMUNICAZIONE DEL DISTRETTO ROTARY 2031

PREMESSA

La comunicazione è un elemento essenziale alla nostra azione rotariana per molteplici ragioni:

- 1) Vogliamo raccontare la nostra passione per la crescita morale e materiale delle nostre comunità.
- 2) Vogliamo dichiarare e parlare delle nostre aree di intervento (7) in cui operiamo anche per renderci disponibili a lavorare in rete con tutti: associazioni, enti, imprese, onlus etc, senza alcun distinguo per censo, ceto, razza, credo politico, religione, gender. Unica premessa necessaria alla collaborazione è la condivisione del nostro obiettivo sociale.
- 3) Vogliamo trasmettere il calore e la gioia di un sogno condiviso; siamo felici se e quando riusciamo a portare soluzioni positive e vogliamo condividerle con tutti. Non parliamo delle difficoltà e dei problemi ma raccontiamo la soddisfazione di quanti siamo riusciti ad aiutare e la nostra gioia per questi piccoli traguardi che vogliamo sempre più ampi ed ambiziosi.
- 4) L'amicizia per noi è il cardine della nostra organizzazione; un'amicizia nata dalla voglia di lavorare insieme per la nostra società. Noi siamo professionisti, managers, imprenditori, cultori di scienze ed arti diverse; queste sono le specifiche qualità/attitudini di cui ci serviamo per operare nel tessuto sociale. Di questi aspetti del nostro DNA vogliamo raccontare e spiegare; non siamo un ente assistenziale, nè una società di beneficenza, non siamo "elemosinieri" ma siamo invece Cittadini che vogliono offrire alla società il loro know-how, la loro esperienza, il loro saper fare. Non elemosina ma solidarietà (principio peraltro sancito dalla nostra Costituzione).

Sappiamo dunque di cosa parlare e perché; non ci resta ora che stabilire a chi vogliamo parlare per poi, di conseguenza, stabilire come farlo.

A noi interessa comunicare non tanto alle persone cui rivolgiamo il nostro impegno (con cui interagiamo direttamente con le nostre attività) quanto ad un pubblico più vasto, eterogeneo, di fascia culturale medio/alta, che possa essere interessato al nostro modo di essere cittadini di una comunità; vogliamo farci condividere sul piano razionale ed amare sul piano emotivo.

Il linguaggio che adotteremo servirà a questo scopo; noi non possiamo utilizzare altri elementi di Branding (colori, logo, ecc.) che per noi sono già dati dalla nostra Organizzazione. Sul linguaggio possiamo operare liberamente e la concomitanza della crescita dei nuovi strumenti digitali, essenzialmente i social media, ci consente una libertà espressiva rilevante che abbiamo oggi l'opportunità di cogliere.



SERVIRE PER CAMBIARE VITE



Luigi Viana

Governatore anno 2021-2022

TONO

Per essere coerenti con il nostro target useremo un tono positivo: non siamo soddisfatti di noi ma partecipiamo con gioia ai piccoli miglioramenti che siamo riusciti a creare, consci che molto ancora resta da fare.

Il nostro obiettivo è collegarci ad altre persone/realità per fare squadra. Siamo aperti a qualsiasi collaborazione che ci consenta di operare in modo organico e strutturato, professionale.

Vogliamo intessere nuove amicizie con persone, enti, associazioni, strutture che vogliano operare a vantaggio della Società.

TAGLIO

Parleremo in modo diretto, semplice ma preciso, grammaticalmente e sintatticamente corretto. Eviteremo frasi troppo articolate, perifrasi, eccessiva aggettivazione, niente retorica, nessun formalismo lessicale; insomma, saremo diretti con frasi semplici e parole comuni ma chiare ed inequivocabili, lontani da ogni virtuosismo inutile ai nostri obiettivi. Apertura assoluta ai nostri services ed ai loro destinatari.

Non parliamo più delle difficoltà, dei problemi, ma delle soluzioni. Ci possono aiutare le immagini: sorrisi, ambienti sereni, gente normale, movimento e non pose da fotografia formali, pompose.

Chi ci guarda/legge deve sentire positività, consapevolezza, partecipazione, stimolo all'emulazione.

LINGUAGGIO

Dovremo definire delle parole da usare in specifiche accezioni; ad esempio noi parliamo di services, ma potremmo usare altre parole/definizioni come: iniziativa, attività, progetto. Questo vale per molte parole come, ad esempio: Soci, che sa di Club, Circolo del Tennis o degli Scacchi, preferibile dire direttamente rotariani o la nostra associazione, il nostro gruppo...

Le immagini, specie sui social media, possono moltissimo, più delle parole che servono ad inquadrare dove e come.