**Verbale**

RIUNIONE GDL N. 5 Rapporti Sociali: Comunicazione Fundraising, Volontariato Servizio Civile, Altre Associazioni

CONVOCAZIONE IN DATA 05/07/2021 con PROTOCOLLO n. 9396

RIUNIONE IN DATA: 07 luglio 2021 ore 16.00 in modalità online, tramite piattaforma Zoom

PRESENTI:

Vincenzo Massa, Coordinatore Nazionale

Linda Legname componente

Annamaria Palummo componente

Maria Buoncristiano componente

Giuliano Frittelli componente.

Assente giustificato Arturo Vivaldi.

Ha partecipato alla riunione la dipendente Graziana Orefice

Verbalizzante Manuela Fiorillo

**ORDINE DEL GIORNO:**

1. La comunicazione esterna dell’UICI: definizioni obiettivi e calendarizzazione eventi;
2. Testamento solidale: esame documento e proposte;
3. Sito web istituzionale: esame documento e proposte;
4. Campagna nazionale raccolta fondi: proposte;
5. Calendarizzazioni riunioni.

ORARIO DI CHIUSURA RIUNIONE: ore 18.40

**SVOLGIMENTO RIUNIONE**

**Primo punto all’odg: Comunicazione esterna**

Introduce i lavori il coordinatore Vincenzo Massa che in premessa affronta meglio il punto sulla comunicazione esterna è chiarire che l’Unione appartiene a un settore che fa esclusivamente comunicazione istituzionale, non interessa rincorrere la notizia per scoop o per apparire ad ogni costo, interessa far conoscere all’esterno i servizi e le iniziative promosse dall’Unione.È importante che le informazioni arrivino al centro per poterle gestire ed eventualmente pubblicizzarle, occorre, quindi, creare dei canali standardizzati univoci che facciano confluire le notizie dal territorio alla Sede Centrale.Bisogna partire da ciò che si ha per poterlo potenziare e migliorare.Attualmente l’Unione fa riferimento alla società FB Associate che cura l’organizzazione della comunicazione esterna dove una persona incaricata si occupa di attivare tutti i canali nazionali, e anche locali, che in occasione di eventi o manifestazioni, patrocinati dall’Unione, diano la massima diffusione e visibilità sulla stampa, televisioni, radio per il giusto risalto che l’iniziativa merita. Ma l’assistenza che la free lance offre è ampia: va dalla ricerca della notizia allo studio della fattibilità, ossia l’opportunità o meno di pubblicizzare un’informazione.È presente all’interno della società medesima anche un settore dedicato ai “social”, un ramo della comunicazione tanto attuale ai giorni nostri in quanto coinvolge un vasto pubblico di persone.Altro elemento fondamentale presente all’interno dell’Unione, che da un valido sostegno alla diffusione di una notizia, è l’Ufficio Fundraising.Si sta potenziando anche il filone “Rai per il sociale” che in passato ha dato degli ottimi risultati di visibilità alle nostre attività.L’Ufficio Stampa, che è in seno all’Unione, non ha un’impostazione prettamente giornalistica, anche se il nome porterebbe a pensarlo, non ha nel suo interno personale specializzato a fare giornalismo puro in senso stretto ma svolge compiti che riguardano la cura di altri aspetti della comunicazione come il taglio, la grafica e l’impaginazione delle riviste.Questo è il potenziale in essere all’Unione: ora bisogna capire come raccogliere tutte le notizie che possono arrivare dai territori, come il territorio provinciale e regionale si comporta a livello di comunicazione in modo da poter meglio gestire la notizia o l’evento per poterlo calendarizzare e darne il giusto risalto. Si potrebbe partire, ad esempio, dalla somministrazione di un questionario specifico sulla comunicazione dove potrebbero emergere quelle criticità che ostacolano la canalizzazione della notizia verso il centro per poi provvedere alla sua risoluzione: bisogna capire se la Presidenza Nazionale deve camminare da sola o fare rete con le sedi territoriali.Sicuramente un aspetto da considerare riguarda il rinnovamento delle nostre riviste, occorre soprattutto dare più contenuti alle notizie non fermarsi alle mere comunicazioni di servizio e per arrivare a questo una strada da percorrere potrebbe essere quella di attingere a figure (anche tirocinanti) esperti di giornalismo.La componente del gruppo Maria Buoncristiano propone di avere in seno a ogni Consiglio regionale un addetto stampa che fungerebbe da coordinatore alle sezioni provinciali ed essere un punto di contatto con la Sede Nazionale. Costruire una rete con tutti gli addetti stampa sarebbe già una soluzione per canalizzare l’informazione. Nei casi in cui il territorio non ha a disposizione risorse finanziarie per poter dar rilievo ad una notizia allora dovrà essere il Nazionale ad intervenire.Si propongono campagne di interesse Nazionali uniche: un esempio potrebbe essere quella del Servizio Civile Universale; la proposta del Gruppo è quella di preparare un video a livello nazionale per dare maggior visibilità all’evento che deve però essere supportata da un forte interessamento delle Sezioni che ne diano ampia pubblicità.

**Secondo punto all’odg: testamento solidale**

L’Agenzia con cui l’Unione ha preso i primi contatti è leader nel settore dei testamenti solidali che ha nel suo interno una collaboratrice che offrirebbe una consulenza che non si fermerà al solo studio di fattibilità ma avrà il compito di incontrare i territori e dare indicazioni su come è meglio approcciarsi con i vari studi notarili e come stilare un documento convincente da poter presentare per avere possibilità di ottenere dei lasciti. L’argomento è stato ampiamente discusso, il gruppo non ha segnalato altre agenzie a cui chiedere ulteriori preventivi e la proposta presentata è stata accolta.

**Terzo punto all’odg: sito web**

Lo scopo di rinnovare il sito ha la duplice funzione di:

* essere funzionale per i nostri dirigenti e soci con tutti i criteri dell’accessibilità e fruibilità che non devono mai essere messi in discussione;
* essere accattivante, dinamico, ricco di contenuti e fungere da biglietto da visita per le persone che lo visitano e vogliono conoscere la nostra associazione.

L’analisi parte dal fatto che la precedente gara è andata deserta perché troppo elevato il capitale sociale chiesto alle aziende e troppo stringenti i parametri richiesti per l’accessibilità. Il gruppo propone di rivedere i criteri con esperti che si occupano della realizzazione dei siti insieme con il componente della Direzione Nazionale Marino Attini, esperto di accessibilità, in modo da indirizzare bene le aziende. Anche l’aspetto grafico del sito ha la sua importanza. Un altro aspetto è quello di snellire il sito: bisogna evitare di mantenere notizie vecchie che spesso perdurano per settimane per dare spazio alle informazioni di un certo spessore, alle faq ecc, ai territori ecc. L’accessibilità rimane il punto focale per avere un sito a noi congeniale e l’Agenzia che dovesse aggiudicarsi la gara avrebbe comunque l’appoggio di strutture a noi vicine per avere un supporto in materia. La Buoncristiano propone di coinvolgere le Università prima ancora delle aziende e ci farà avere dei contatti.

**Quarto punto all’odg: campagna di raccolta fondi**

Una buona campagna presuppone che non ci siano momenti di assenza quindi occorre organizzare eventi con cadenze cicliche in modo da rimanere sempre sul campo. L’evento prossimo per il quale è possibile ipotizzare una campagna di raccolta fondi che insieme sensibilizzi e diffonda la mission dell’uici è quella della Giornata Internazionale della vista nel mese di ottobre. Il gruppo propone di organizzare nel mese di Ottobre una campagna dedicata alla prevenzione della vista. L’idea è quella di mettere dei gazebo nelle piazze delle nostre strutture territoriali e proporre, con una cifra simbolica da definire, la vendita di piantine (da scegliere) che identificano l’UICI e la sua mission. Tutto ciò presuppone: una comunicazione unica diffusa su tutti i territori che aderiscono all’iniziativa, l’interesse da parte delle strutture territoriali a sposare l’iniziativa, la preparazione di piccoli video da far girare sui social e sui mezzi di comunicazione nazionali, regionali e territoriali. Sono già stati presi dei contatti con Coldiretti che si è mostrata assolutamente interessata a sostenere la nostra iniziativa al punto di firmare anche un protocollo. Coldiretti ha fornito indicazioni sulla tipologia di piante e rispettivi costi, individuazione di fornitori in loco in modo da abbattere spese di trasporto. La scelta delle piantine dipende da vari fattori come i costi, la stagionalità, la resistenza ma deve essere anche legata al messaggio che vogliamo trasmettere. Il gruppo propone di legare la pianta anche alla tipologia di alimentazione che richiama alla prevenzione della vista. Inizialmente si era pensato di differenziare le piante per territorio, ma questo rischierebbe di confondere. Sarebbe auspicabile avere una pianta unica che diventi simbolo dell’uici per la prevenzione. Il gruppo concorda nel fare un incontro con tutti i presidenti territoriali per spiegare l’iniziativa, i costi ecc. La quantità disponibile a piazza potrebbe essere in media di 80 piantine.

Proposta di Coldiretti:

Prima tipologia: piante grasse (piante grasse senza spine). Per questa tipologia è stato pensato anche un packaging busta trasparente o conetto colorato. Di seguito il dettaglio dei costi:

* cactus e succulente in vaso cm 5,5 consegnato in contenitore bianco da 30 piante **euro 0,49/vaso + ( euro 0,05/vaso per busta trasparente ) + ( euro 0,16/vaso per conetto colorato;**
* cactus e succulente in vaso cm 6,5 consegnato in contenitore bianco da 20 piante **euro 0,69/vaso + ( euro 0,05/vaso per busta trasparente ) + ( euro 0,18/vaso per conetto colorato )**
* cactus e succulente in vaso cm 8 consegnato in contenitore bianco da 16 piante **euro 0,99/vaso + ( euro 0,06/vaso per busta trasparente ) + ( euro 0,26/vaso per conetto colorato )**
* cactus e succulente in vaso cm 10 consegnato in contenitore nero da 15 piante **euro 1,62/vaso + ( euro 0,06/vaso per busta trasparente ) + ( euro 0,35/vaso per conetto colorato )**

Seconda tipologia: piante aromatiche per queste non è stato ideato il packaging

* Aromatiche comuni vaso 14: € 0.89 cad.

Rosmarino - Lavanda - Salvia - Salvione - Origano - Maggiorana - Cipollina -Timo faustini -Timo citrodoro aureo - Timo silver queen - Timo citrodoro verde – Melissa

* Aromatiche comuni vaso 18: € 2.60 cad.

Rosmarino - Lavanda - Salvia - Timo faustini

* Aromatiche particolari vaso 14: € 0.94 cad.

in questa categoria appartengo tutte le altre aromatiche come ad esempio:

dragocello - rabarbaro - erba s.pietro - aneto - finocchio selvatico - boragine - cerfolio - coriandolo

ecc. ecc.queste piante non sono soggette a prenotazione e in base alla disponibilità del periodo.

* bulbi da fiore” in quanto, essendo un prodotto che dimora al buio per rifiorire, potrebbe essere un buon messaggio legato alla nostra mission.

Tutti i prezzi sono da intendersi IVA e TRASPORTO esclusi.

**Quinto punto all’odg: Calendarizzazioni riunioni**

La scelta ricade sui tre giorni centrali della settimana e sugli orari di rientro della Presidenza Nazionale. Il gruppo concorda di riunirsi il primo mercoledì di ogni mese in modo che tutti i componenti possano organizzarsi in tempo utile. I punti all’ordine del giorno sono stati abbondantemente affrontati e approfonditi e alle ore 18.40 si dichiara la riunione conclusa.