

**www. Socialinfo .it**

Orientarsi nel mondo del sociale

**Marketing & Comunicazione**Master ISTUD 2008 - XI Edizione  
Accreditato ASFOR. Iscriviti Ora!**Cooperative Sociali**Se adotti un Bambino a distanza gli Regali  
una Famiglia! 28€ al mese.

» home

» newsletter » glossario » lavoro » segnala » chi siamo » cerca

**[ APPROFONDIMENTI TEMATICI ]****e**venti

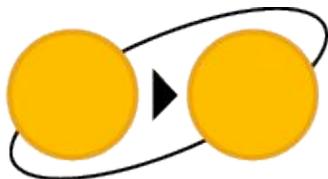
Convegni  
Formazione  
Comunicati  
stampa

**p**ubblicazioni

Libri  
Riviste  
Agenzia Auser

**a**pprofondimenti

Alzheimer  
Speciale Disabili  
Assistenza  
Domiciliare  
Certificazione qualità  
Comunicando  
Civitas  
Telemedicina  
Speciale IPAB  
Speciale PTE - EXPO  
VMD

**a**ssociazioni**s**trutture online**l**avoro**r**icerca**g**lossario**s**egnaliamo**f**orum**a**rchivio**p**roponi evento**l**ink**Comunicando...****N.10 novembre 2004**

La cooperativa sociale è a tutti gli effetti un'impresa, anche se da un punto di vista legislativo è regolamentata in modo differente da un'azienda che ha esclusivamente scopo di lucro. Questo significa che è anch'essa una realtà che ha rapporti con diversi pubblici che richiedono una comunicazione costante e strategica ai propri obiettivi.



**Il decimo** appuntamento di "Comunicando", la sezione di Socialinfo.it dedicata alla comunicazione sociale curata da Dora Carapellese.

In questa edizione di Comunicando verrà discusso il ruolo di uno strumento chiave: l'ufficio stampa.

**→ L'ufficio stampa**

Come si è avuto modo di sottolineare, ogni impresa, oggi, comunica con numerosi pubblici (partiti, sindacati, comunità locali, pubblica amministrazione, opinion leader) e con il pianeta dei media, il sistema economico, il mercato, i movimenti di opinione. Questo tipo di comunicazione, seppure prevalentemente diretta all'esterno, provoca impatti anche sui pubblici interni (soci lavoratori, soci sovventori, ecc...).

Oggi tutti i **movimenti di opinione** sono divenuti interlocutori necessari e, comunque, inevitabili dell'impresa.

Ciò è dovuto non solo alla maggiore consistenza e peso di questi movimenti, ma anche al parallelo e autonomo sviluppo del sistema dei media, che fungono da cassa di risonanza di problematiche di valenza sociale, aumentando la sensibilità dell'opinione pubblica e di riflesso, anche dei pubblici interni della cooperativa, che, prima di essere soci, sono cittadini, dunque stakeholder a tutti gli effetti.

Si deduce, quindi, come gli **stakeholder** sono tutti quei soggetti che girano intorno e dentro la cooperativa: i pubblici interni ed esterni il cui rapporto con la cooperativa non è necessariamente legato a fini commerciali.

La cooperativa non è un organismo impermeabile. Tutti quelli che vi operano trasferiscono verso l'esterno messaggi che, in qualche misura, concorrono alla formazione della sua immagine.

La missione di una comunicazione d'impresa mirata verso gli stakeholder deve garantire e sviluppare, nell'ambito delle politiche aziendali, i rapporti con i pubblici interni ed esterni, assicurando una corretta comunicazione dei fatti e degli interessi. È in quest'ottica che deve essere inquadrata l'attività dell'ufficio stampa.

**→ Il case history: Nuvola coop**

All'interno di Nuvola coop esiste una sezione preposta all'ideazione di progetti mirati



La partecipazione di un'**istituzione pubblica**, quale appunto il Comune, è una garanzia per i media, che sono sempre molto interessati a quello che fa la pubblica amministrazione.

La natura e il target del progetto, ovvero un servizio rivolto alla **collettività**, potrebbe aver sensibilizzato maggiormente il giornalista che, oggi come già detto, ha sempre un occhio di riguardo per il mondo del sociale.

Il fatto che la notizia partisse da una **cooperativa** no profit potrebbe aver attratto i media, per l'assenza di motivi puramente commerciali.

Questi tre elementi legati alla stesura di un comunicato stampa personalizzato a seconda che si trattasse di stampa specializzata o meno, ha prodotto il risultato che si voleva raggiungere: **se n'è parlato!** Diversi i media che lo hanno fatto tra radio, tv, e stampa sia a livello nazionale che locale.

La prossima volta avremo, come ospite, il **Prof. Tino Ferrari**, esperto in pubbliche relazioni ed ufficio stampa, a cui rivolgeremo alcune domande sull'argomento. Approfittando della sua disponibilità, saranno graditi i vostri quesiti che gli rivolgeremo direttamente.

*Aspetto le vostre domande, considerazioni o quello che ritenete opportuno scrivermi sull'argomento.*

*Il prossimo appuntamento tra un mese sempre su [www.socialinfo.it](http://www.socialinfo.it).*

[Dora Carapellese]

**→ Comunicando - Archivio**

Numero 9 - settembre 2004

Numero 8 - luglio 2004

Numero 7 - maggio 2004

Numero 6 - aprile 2004

Numero 5 - marzo 2004

Numero 4 - febbraio 2004

Numero 3 - gennaio 2004

Numero 2 - dicembre 2003

Numero 1 - novembre 2003

**✓ Link**

[Scienze della Comunicazione.com](http://www.scienze.comunicazione.com)  
Il portale italiano delle Scienze della Comunicazione

[Comunitàzione](#)  
Community delle Scienze della Comunicazione

[Studio Lentati](#)  
Fundraising, Comunicazione e Marketing Sociale

[Comunicando il sociale](#)  
Un nuovo modo di comunicare la comunicazione

[Eticare](#)  
Per definire la comunicazione sociale

[Confcooperative](#)

**L'autrice**

Dora Carapellese è originaria di Andria (BA) e vive a Bologna. Si è laureata all'Università di Urbino in Sociologia con una tesi sulla comunicazione visiva ("La comunicazione visiva: percorsi iconici e frame narrativi").

E' Consulente di Comunicazione ed Immagine svolgendo la sua attività da libera professionista, con mansioni di Art Director, Visualiser, Addetto Stampa, Project Manager, Organizzatrice di eventi. Propone piani di comunicazione interna ed esterna personalizzati.

**Dora Carapellese**

**Contatta l'autrice**



alla **diversificazione** dell'offerta dei servizi, rispetto alla concorrenza e più vicini alle richieste del mercato.

L'occasione di poter intraprendere un'azione di comunicazione verso l'esterno, attraverso l'ufficio stampa, si è presentata quando Nuvola coop ha vinto una gara d'appalto con il Comune locale, con un progetto di assistenza domiciliare specializzata, diretto al miglioramento della qualità di vita dei malati di Alzheimer e dei loro familiari. Un progetto innovativo fuori degli schemi.

Il progetto in sé conteneva la notizia che poteva suscitare l'interesse dei media. Gli elementi che potenzialmente hanno fatto lievitare le probabilità di pubblicazione da parte della stampa, sono stati tre:

1. la partecipazione di un'ente pubblico: il Comune,
2. il progetto si pone l'obiettivo di offrire un servizio di pubblica utilità,
3. la fonte della notizia è costituita da una cooperativa, che per sua natura non ha fini di lucro.

[vai su >>]

#### ComCooperative

Confederazione Cooperative Italiane

#### Legacoop

Il sito di Legacoop

#### Ferpi

Federazione Relazioni Pubbliche Italiana

#### Prima Comunicazione

Per capire cosa succede nel mondo dei giornali, della televisione, della radio, della pubblicità e dei nuovi media

#### OCS

Osservatorio Comunicazione Sanitaria

### ✓ Eventi

Alla scoperta delle potenzialità della comunicazione

7 - 16 maggio 2004 - Bologna

Cultura dello sviluppo, globalizzazione, impresa cooperativa

2 - 3 luglio 2004 - Genova

Il master in Responsabilità sociale delle imprese

Iscrizioni entro il 16 gennaio 2004

Il convegno Master-Com

L'impossibilità di non comunicare

🏠 [inizio pagina](#)

[| home](#) | [eventi](#) | [pubblicazioni](#) | [approfondimenti](#) | [associazioni](#) | [strutture on-line](#) | [lavoro](#) | [ricerca](#) | [disclaimer](#) | [glossario](#) | [segnaliamo](#) | [archivio](#) | [proponi evento](#) | [link](#) | [redazione](#) | [scrivi](#) |