

# INDICE

Introduzione .....	9
<b>1. Come comunica il terzo settore e il volontariato (ai tempi del Covid-19) .....</b>	<b>11</b>
1.1. Premessa .....	11
1.2. Il profilo dei partecipanti alla ricerca .....	15
1.3. Terzo settore e volontariato raccontato dai media	17
1.4. Come e cosa comunica il mondo del volontariato: la comunicazione esterna .....	22
1.5. Come e cosa comunica il mondo del volontariato: la comunicazione interna (rivolta ai soci) .....	36
1.6. Analisi delle attività di comunicazione .....	40
1.7. La comunicazione ai tempi del Covid-19 .....	47
<b>2. Focus: esperienze di comunicazione nelle altre province venete .....</b>	<b>59</b>
2.1. Rovigo - Associazione di promozione sociale Ametiste .....	59

2.2. Venezia - Associazione Volontari per l'Assistenza di Pazienti Oncologici (AVAPO Venezia) .....	64
2.3. Belluno - Associazione Belluno-DONNA....	68
2.4. Verona - Associazione Alzheimer Verona ...	73
2.5. Treviso - Associazione ADVAR Onlus.....	77

### **3. Un confronto sui dati emersi dalla ricerca: il focus group .....**

3.1. Composizione del focus group .....	83
3.2. Terzo settore e volontariato raccontati dai media .....	84
3.3. Come e cosa comunica il mondo del volontariato: la comunicazione esterna.....	93
3.4. Come e cosa comunica il mondo del volontariato: la comunicazione interna .....	99
3.5. Analisi delle attività di comunicazione .....	103
3.6. La comunicazione ai tempi del Covid-19....	106
3.7. Conclusioni del focus group.....	109

<b>4. Come raccontare il bene. Lo storytelling diventa sociale.....</b>	<b>113</b>
<b>5. La comunicazione del Terzo Settore. Un'indagine sulle organizzazioni del Centro di Servizio per il Volontariato di Verona .....</b>	<b>121</b>
5.1 Buone pratiche, comunicazione e capacitazione per enti del Terzo settore a Verona.....	121
5.2 Come nasce l'indagine: bisogni, obiettivi e metodi .....	124
5.3 Il ruolo e le funzioni della comunicazione: i risultati della ricerca.....	126
5.4 Formare le organizzazioni di volontariato alla comunicazione. Conclusioni .....	133
5.5 Riferimenti bibliografici .....	134
<b>Conclusioni .....</b>	<b>137</b>
<b>Appendice - il questionario.....</b>	<b>139</b>



# INTRODUZIONE

**NICCOLÒ GENNARO - DIRETTORE CSV PADOVA E ROVIGO**

Si dice spesso che viviamo nell'era della comunicazione, un'era nella quale un fatto, un'azione, un progetto, se non vengono raccontati, è come se non esistessero. Accanto all'importanza del "fare", si è inserita infatti, un po' alla volta, quella del "comunicare", e quest'ultima ha acquisito una rilevanza tale da diventare preminente nel sentire comune. Il volontariato e il Terzo Settore, salvo qualche eccezione, hanno faticato a cogliere questo cambiamento, che è stato favorito soprattutto dal moltiplicarsi dei canali comunicativi e dall'affermazione di internet e dei social network. Hanno faticato non solo per l'esistenza di limiti tecnici e per scarsa dimestichezza con i nuovi strumenti, ma anche per un approccio di fondo all'impegno civico che ritiene – giustamente, a mio avviso – molto più importante la realizzazione concreta delle iniziative piuttosto che la loro narrazione. Fatta salva questa visione condivisibile, la sfida della comunicazione non può però essere rifiutata e sempre più organizzazioni si attrezzano per affrontarla con maturità e cognizione di causa. Si sperimentano nell'utilizzo di nuovi strumenti, si prendono cura dei propri canali comunicativi, ragionano sulle strategie e gli approcci più efficaci e più coerenti con i propri obiettivi operativi e sociali. Alcune si interrogano profondamente sul valore etico

del proprio contributo al flusso comunicativo generale, consapevoli che le parole, i messaggi e le modalità che vengono adottate sono capaci di influenzare l'opinione pubblica e quindi il "discorso pubblico", con ricadute più o meno positive anche sui comportamenti delle persone e sulle dinamiche sociali. Il compito di un Centro Servizio Volontariato non può che essere quello di mettere a disposizione del volontariato percorsi formativi e servizi di supporto per alimentare questa consapevolezza e per supportare quanto più possibile le organizzazioni nei loro percorsi di crescita anche nell'ambito della comunicazione. Dovendo fare i conti con l'esistenza di un "rumore di fondo" nel quale siamo tutte e tutti immersi costantemente tra giornali, TV, internet e social network, svolgere questo compito è un impegno ancora più complesso, che necessita di analisi e ricerche da cui partire e con le quali aggiornare le proprie strategie.

Questo lavoro svolto con il fondamentale supporto di Redattore Sociale e l'instancabile passione delle operatrici e degli operatori del CSV risponde esattamente a questo bisogno: nell'anno di Padova capitale europea del volontariato, che ha coinciso purtroppo con il dramma dell'emergenza Covid-19, non potevamo non affrontare anche questo tema, con la preziosa partecipazione di tante organizzazioni, con la collaborazione degli altri CSV del Veneto e con il sostegno dell'OTC Veneto.