



PIANO DELLE ATTIVITA' ANNO 2014 – PROGETTO INTEGRATIVO

Le ragioni dell'intervento

Il CSV di Bergamo ha vissuto negli ultimi anni un processo di evoluzione delle modalità di erogazione dei servizi al Volontariato, che ha prodotto la definizione di una nuova articolazione delle differenti funzioni che vengono assolte dal Centro, ognuna delle quali presuppone metodologie, competenze, posizionamenti, logiche operative proprie. L'esito di questo processo è oggi descritto dai 5 diversi mestieri che caratterizzano il "fare CSV": l'erogazione dei servizi tradizionali, l'accompagnamento alle singole associazioni, l'accompagnamento alle reti, la promozione culturale e lo sviluppo territoriale (cfr. Piano Attività 2014, Struttura e processi organizzativi alla data della compilazione).

Accanto ad un processo di consolidamento di queste funzioni interno all'organizzazione, è risultata al contempo evidente la necessità di avviare un percorso che consenta al CSV di venire riconosciuto come soggetto competente ad operare in tali direzioni, sia rispetto alla legittimità di tale scelta, sia soprattutto rispetto alla capacità di esprimere pensiero e strategia in modo adeguato alla complessità delle sfide assunte. In questo senso, è oggi prioritario che CSV avvii un percorso di confronto interno (con la propria base sociale innanzitutto) ed esterno (con tutti gli stakeholder del Centro) attorno alla ri-costruzione di una strategia comunicativa condivisa e adeguata a dar conto della complessità del fare CSV oggi.

Questo significa che CSV deve essere in grado di poter ripensare la modalità di rapportarsi con la propria base sociale e con quanti incontra nel promuovere le proprie azioni, rimettendo al centro delle discussioni l'attività comunicativa del Centro stesso. In particolare sarà necessario rimettere in discussione e rinnovare le modalità con cui il Centro comunica la propria immagine e il proprio ruolo sia all'interno del Centro stesso, che verso l'esterno, con gli utenti, con i mass media e con gli interlocutori istituzionali. Strategica sarà la definizione di quale immagine e quale "nome" CSV vuole trasmettere attraverso le proprie azioni.

Progetto: Ripensare la strategia comunicativa del Centro

Piano progettuale

Affinché CSV possa essere riconosciuto come soggetto in grado di offrire non solo servizi, ma anche di proporre una direzione "politica" e di pensiero su quanto accade all'interno del mondo del volontariato, diventa ora fondamentale avviare un percorso al proprio interno che renda il Centro, e in particolare il suo staff tecnico e politico, in grado di raccontare, spiegare e promuovere il ruolo del Centro, le sue attività, il suo pensiero. Una strategia comunicativa che deve svilupparsi a partire dall'interno stesso del Centro e coinvolgere innanzitutto chi vi opera, chi lo governa e chi si relaziona direttamente con le attività che il Centro promuove (assemblea dei soci e base sociale); una volta avviato questo processo interno, il progetto di ripensamento delle modalità comunicative dovrà occuparsi di rifondare l'immagine esterna che CSV vuole promuovere, con l'obiettivo di rendere più chiaro quali compiti, funzioni, ruoli CSV oggi assume: per fare questo il progetto dovrà svilupparsi su due livelli, uno rivolto ai rapporti con soggetti terzi e uno rivolto a chi opera all'interno di CSV, affinché acquisisca competenze e capacità in grado di promuovere uno stile di "fare" CSV all'interno delle proprie azioni quotidiane.

Il progetto di costruzione della nuova strategia comunicativa del Centro sarà, quindi, articolato lungo tre direzioni fondamentali, ognuna delle quali andrà ad agire su livelli organizzativi e ambiti di intervento differenti, pur trovando sintesi nelle premesse sopra descritte.

Ripensare la comunicazione interassociativa

Dentro un'organizzazione che cambia, e che proprio nella sua flessibilità e nel suo dinamismo ripone la capacità di accompagnare il Volontariato a stare attivamente dentro il cambiamento, diventa fondamentale presidiare processi di comunicazione e connessione che siano in grado di promuovere la coesione interna dell'organizzazione stessa, nei suoi vari livelli (base sociale, Assemblea degli Aderenti, Consiglio Direttivo, staff tecnico).

Ciò passa attraverso la possibilità di innalzare il livello della qualità dell'interazione tra i diversi livelli e delle relazioni interne che tra essi intercorrono, per potenziare il riconoscimento reciproco, la corresponsabilità nella definizione dei servizi, la consapevolezza sul valore che essi rivestono. Sarà quindi necessario ripensare le modalità di comunicazione tra il Centro, la sua base sociale e i livelli tecnici e politici, e allo stesso tempo trovare nuove modalità attraverso cui permettere il riconoscimento del ruolo svolto dal Centro, anche come interlocutore privilegiato e supporto istituzionale.

Azioni

- Avviare percorsi che consentano alla base sociale di meglio comprendere i cambiamenti intercorsi all'interno del Centro, che aiutino ad approfondire quanto viene comunicato istituzionalmente attraverso quelli che oggi sono gli strumenti comunicativi istituzionali di CSV: quindi, avviare processi di riconoscimento del ruolo svolto da CSV e dei suoi compiti.
- Individuare luoghi di ascolto e di confronto costanti tra CSV, la sua base sociale e i suoi stakeholder, affinché CSV possa proporsi idealmente come luogo di sintesi, di produzione e di rilancio della cultura del Volontariato bergamasco.
- Sperimentare nuovi strumenti comunicativi che consentano una comunicazione costante, chiara e leggera tra CSV e la sua base, per favorire una conoscenza più completa e dettagliata di quanto accade all'interno di CSV, dei compiti che CSV va via via assumendo, dei progetti e delle attività che promuove.
- Ripensare un utilizzo più efficace degli strumenti che oggi CSV utilizza per comunicare con la propria base sociale.

Riconoscere CSV come soggetto significativo nelle relazioni pubbliche

L'esperienza e le competenze acquisite sia come soggetto di servizio al Volontariato che come soggetto attivo delle politiche sociali, oltre che attraverso la rappresentatività della sua base sociale, espressione delle principali organizzazioni del Volontariato bergamasco, rendono CSV un interlocutore potenzialmente in grado di offrire sia risposte e punti di vista competenti, che prospettive e interpretazioni interessanti rispetto agli eventi e alle questioni che attraversano la nostra quotidianità.

Nell'evolvere da soggetto erogatore di prestazioni ad attore pienamente politico della scena sociale, CSV ha sviluppato un proprio pensiero e una propria visione sul Volontariato, con i suoi bisogni e le sue fragilità, ma anche con i suoi valori e le sue potenzialità: per questo diventa fondamentale che CSV possa venire riconosciuto all'esterno (quindi da media, enti locali, altre organizzazioni, etc...) come interlocutore accreditato e preparato in riferimento ad alcuni particolari ambiti che toccano in modo diretto o indiretto le attività e le tematiche affrontate dal Centro.

Per fare ciò, è necessario un investimento da parte del livello politico di CSV nella costruzione di un'immagine istituzionale del Centro, da spendere pubblicamente e da presidiare con cura: tale processo implica la capacità di CSV di essere presente, attraverso la propria rappresentanza politica, sulla scena pubblica, partecipando a tavoli istituzionali, presidiando alcuni luoghi significativi, proponendo la propria voce e il proprio pensiero sui mezzi di comunicazione, ma anche all'interno delle varie occasioni di visibilità pubblica in cui CSV si trova e si troverà ad essere presente.

Azioni

- Rifondare i rapporti con gli enti terzi rispetto a CSV (media, enti locali, altre organizzazioni, altri enti del terzo settore), con l'obiettivo di costruire una relazione di fiducia che consenta a tali enti di riconoscere CSV come soggetto accreditato e competente, in grado di esprimere un pensiero politico e strategico.
- Avviare alcune collaborazioni con altri enti che consentano di dare maggiore spazio e visibilità al mondo del volontariato e alle associazioni stesse.
- Presenziare maggiormente luoghi e spazi del dibattito pubblico che coinvolgono in modo diretto e indiretto il Volontariato in quanto tale.
- Individuare strumenti attraverso i quali CSV possa farsi espressione di pensiero.
- Attivare spazi di collaborazione nelle azioni di comunicazione esterna di CSV con un gruppo di volontari di CSV, da ingaggiare mediante una specifica campagna, che agiscano come "facilitatori relazionali" e tessitori di connessioni fra CSV e le associazioni della provincia bergamasca, soprattutto all'interno di feste ed eventi locali.

Spendere il "nome" di CSV nelle relazioni che il Centro quotidianamente attiva

Costruire un'immagine di CSV che possa essere spendibile in tutti i diversi livelli di attività presuppone un lavoro quotidiano che talvolta non viene riconosciuto come proprio o come significativo: è proprio questo lavoro però che può garantire la traduzione delle risorse reputazionali che CSV ha costruito in questi anni in strumenti e risorse spendibili dal Centro stesso, concretizzandole, rendendole visibili e utilizzabili.

Sarà in questo senso fondamentale studiare e avviare strategie di cosiddetto "marketing sociale" che gli operatori possano mettere in atto nelle relazioni che costruiscono nel corso delle proprie attività per promuovere il "nome" di CSV.

Azioni

- Attivare un percorso formativo per lo staff tecnico e politico del Centro, che renda le persone che rappresentano CSV in grado offrire un'immagine del Centro stesso chiara e univoca all'interno delle relazioni che quotidianamente attivano.
- Ripensare gli strumenti e i mezzi attraverso i quali CSV propone il proprio marchio e la propria immagine.
- Individuare spazi e luoghi all'interno dei quali spendere la propria immagine.

Tempistica

Il progetto sopra descritto, proprio in ragione della natura strutturale che lo contraddistingue, richiederà un forte investimento da parte di CSV in tutte le sue componenti per l'anno 2014: si intende dedicare questo anno di lavoro per un percorso di analisi e avvio della progettualità, con l'obiettivo di costruire le basi per poter, anche in futuro, integrare le strategie comunicative messe a punto nella programmazione ordinaria del Centro.

Dispositivi organizzativi

Il presidio del processo sopra delineato sarà affidato ad una costituenda Commissione (cfr. Piano Attività 2014, descrizione degli organi sociali), ovvero un soggetto tecnico-politico con funzioni consultive nei confronti del Consiglio Direttivo e con il compito di governare le azioni progettuali.

Processi da avviare

Il progetto richiederà che gli attuali strumenti comunicativi (Buone Notizie, sito internet, newsletter, newsletter interna) del Centro diventino oggetto di ripensamento all'interno del percorso stesso, in un'ottica di ristrutturazione e rinnovamento degli strumenti stessi, ma anche delle loro modalità di utilizzo. Allo stesso tempo sarà necessario avviare un utilizzo più strategico dei mezzi di comunicazione a disposizione di CSV, con l'obiettivo di trovare canali che diano maggiore spazio e visibilità a CSV e alle sue attività.

Raccordo con il Progetto Biennale 2013/2014 e con il Piano Attività 2014

Il presente Progetto Integrativo, finanziato con parte del Fondo Risorse in attesa di destinazione di CSV Bergamo, in conformità con quanto previsto dall'Intesa ACRI/Volontariato sottoscritta in data 16 ottobre 2013 (circa 12% di quanto a patrimonio al 31/12/12), si raccorda al Progetto Biennale 2013/2014 negli obiettivi A (*La governance del Centro*) e B (*Le relazioni istituzionali*) e si inserisce nel Piano Attività 2014 all'interno delle azioni di Informazione e Comunicazione (cfr. Piano Attività 2014).

Il Preventivo del presente Progetto è integrato nel Preventivo 2014.