



"Comunicare è un'impresa. Sociale"

Innovazione e visioni per la comunicazione delle cooperative sociali

Giuseppe Manzo, Maria Felicia Gemelli, Eleonora Vanni (Legacoopsociali)

Paper presentato in occasione del XIII Colloquio Scientifico sull'impresa sociale,
24-25 maggio 2019, Dipartimento di Management e Diritto, Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"

ISBN 978-88-909832-8-3



TREDICESIMA EDIZIONE COLLOQUIO SCIENTIFICO SULL'IMPRESA SOCIALE

DI IRIS NETWORK

“COMUNICARE È UN’IMPRESA. SOCIALE”

**INNOVAZIONE E VISIONI PER LA COMUNICAZIONE
DELLE COOPERATIVE SOCIALI**

Giuseppe Manzo – responsabile Comunicazione Legacoopsociali

Maria Felicia Gemelli – referente Progetto Sent-Social Enterprise

Eleonora Vanni – presidente nazionale Legacoopsociali

ABSTRACT

“Comunicare è un’impresa. Sociale”. Con questo titolo, nel 2010, Legacoopsociali ha iniziato un lungo percorso di sviluppo e cambiamento della sua comunicazione. La nascente rivoluzione digitale aveva messo in crisi lo schema “classico” dell’ufficio stampa che era legato allo stesso corto circuito dell’informazione e dei mass media. La verticalizzazione della comunicazione stava implodendo nella progressiva moltiplicazione dei canali: andava in soffitta la triade comunicato stampa-sito web-newsletter, ormai insufficiente per raggiungere i nuovi canali di comunicazione.

L’esplosione delle piattaforme social ha imposto una totale rivisitazione del pensiero, del linguaggio e degli strumenti senza perdere i capisaldi teorici di una buona comunicazione. In una sola parola: **innovazione**. È stato necessario aver saputo leggere gli elementi e i meccanismi nuovi da cui si possono tradurre opportunità per gli obiettivi e la mission delle cooperative e imprese sociali. Esse rappresentano un settore in rapido cambiamento dopo quasi 40 anni, soggetto a una riforma legislativa e capace di reggere al decennio di crisi economica abbattutasi sul Paese.

In questo scenario la necessità di innovare è diventata fondamentale nelle “tempeste mediatiche” che si sono abbattute dopo due grandi fatti di cronaca giudiziaria, da Lampedusa a Mafia Capitale, da cui si è potuto ricucire un filo narrativo in tempi relativamente brevi. La sfida ha riguardato la costruzione di un modello basato sulla rete interna: **l’identità**, da difendere e diffondere al mondo esterno.

Un modello, quindi, che si costruisce sui pilastri dell’innovazione e dell’identità non può non avere un orizzonte capace di raggiungere obiettivi precisi: la **visione** che nasce dalla elaborazione teorica in una cornice di cultura dell’impresa e della cooperazione sociale. In questo senso dopo gli anni della sperimentazione l’ultimo biennio per l’Associazione ha rappresentato l’ingresso compiuto nella rivoluzione digitale mettendo a regime tutti i nuovi strumenti e determinando una rielaborazione complessiva, a partire dalla visione appunto.

KEYWORDS

Comunicazione, impresa sociale, cooperazione sociale, Legacoopsociali, innovazione, visione, cultura, informazione, reputazione, immagine, video, stampa, televisione, radio, mass media, social network, condivisione, rete, piattaforme, rivoluzione digitale, terzo settore, non profit

“Comunicare è un’impresa. Sociale”. Con questo titolo, nel 2010, Legacoopsociali ha iniziato un lungo percorso di sviluppo e cambiamento della sua comunicazione. La nascente rivoluzione digitale aveva messo in crisi lo schema “classico” dell’ufficio stampa che era legato allo stesso corto circuito dell’informazione e dei mass media. La verticalizzazione della comunicazione stava implodendo nella progressiva moltiplicazione dei canali: andava in soffitta la triade comunicato stampa-sito web-newsletter, ormai insufficiente per raggiungere i nuovi canali di comunicazione.

L’esplosione delle piattaforme social ha imposto una totale rivisitazione del pensiero, del linguaggio e degli strumenti senza perdere i capisaldi teorici di una buona comunicazione. In una sola parola: **innovazione**. È stato necessario aver saputo leggere gli elementi e i meccanismi nuovi da cui si possono tradurre opportunità per gli obiettivi e la mission delle cooperative e imprese sociali. Esse rappresentano un settore in rapido cambiamento dopo quasi 40 anni, soggetto a una riforma legislativa e capace di reggere al decennio di crisi economica abbattutasi sul Paese.

In questo scenario la necessità di innovare è diventata fondamentale nelle “tempeste mediatiche” che si sono abbattute dopo due grandi fatti di cronaca giudiziaria, da Lampedusa a Mafia Capitale, da cui si è potuto ricucire un filo narrativo in tempi relativamente brevi. La sfida ha riguardato la costruzione di un modello basato sulla rete interna: **l’identità**, da difendere e diffondere al mondo esterno.

Un modello, quindi, che si costruisce sui pilastri dell’innovazione e dell’identità non può non avere un orizzonte capace di raggiungere obiettivi precisi: la **visione** che nasce dalla elaborazione teorica in una cornice di cultura dell’impresa e della cooperazione sociale. In questo senso dopo gli anni della sperimentazione l’ultimo biennio per l’Associazione ha rappresentato l’ingresso compiuto nella rivoluzione digitale mettendo a regime tutti i nuovi strumenti e determinando una rielaborazione complessiva, a partire dalla visione appunto.

La visione: il progetto Sent - Social Enterprise

La cooperazione sociale in Italia, prima che una forma imprenditoriale, è stata storicamente l’espressione di un fenomeno di autorganizzazione dal basso che, in un momento storico di particolare fermento, ha saputo offrire delle soluzioni alla crescente domanda di servizi da parte della popolazione e all’inadeguatezza delle azioni proposte dalle istituzioni fino a quel momento.

La cooperazione sociale e i movimenti cooperativi hanno rappresentato in Italia una risposta che ha saputo coniugare ai bisogni economici e sociali emergenti forti elementi valoriali - partecipazione, mutualità, difesa del lavoro – e si sono dimostrati in grado di innescare processi di sviluppo locale e di comunità.

Oggi, a più di un secolo di distanza, partendo da un’analisi del contesto attuale e delle tendenze evolutive in atto, è facile rintracciare elementi che aiutano a comprendere che la società in cui viviamo sta conoscendo un nuovo ciclo di trasformazione e sviluppo che andrà a impattare sull’assetto e sugli equilibri economico-sociali e sull’azione delle comunità, delle Istituzioni e delle imprese.

La recente crisi economica conosciuta a livello globale ha evidenziato i limiti di un modello economico che ha concentrato il suo agire prevalentemente sui mezzi (know how) e non sugli scopi (know why), portando i principali attori economico-sociali a riflettere su visioni e a elaborare modelli incentrati su un nuovo paradigma: la sostenibilità economica, ambientale e sociale.

Anche in Italia, gli ultimi anni sono stati caratterizzati dal perdurare di una crisi che ha ormai acquisito i connotati di un dato strutturale e rispetto alla quale si sta cercando di tracciare un percorso alternativo di sviluppo che promuova e valorizzi una nuova interpretazione della relazione di interdipendenza che unisce l'economia, la cultura e la società.

La riforma del Terzo Settore e dell'impresa sociale, un modello di Welfare basato su un approccio rigenerativo e non più redistributivo, l'innovazione tecnologica, l'impiego di nuovi strumenti di accountability e valutazione di impatto, la trasformazione del mercato del lavoro, la centralità delle comunità e dei rapporti fiduciari all'interno dei fenomeni della sharing economy, sono solo alcune delle tematiche che affollano il dibattito odierno e che portano tutte le organizzazioni, in particolare quelle operanti nel Terzo Settore, a porsi degli interrogativi rispetto alla propria identità e alla strategia che si può, si deve e si vuole mettere in atto nel presente e nel prossimo futuro.

Questi sono alcuni dei presupposti che hanno portato Legacoopsociali a promuovere il **progetto "SENT_Social Enterprise"**. **Un progetto basato su un processo partecipato di costruzione di visione, idee, progetti operativi per lo sviluppo qualificato e l'affermazione della cultura e del ruolo sociale ed economico della cooperazione sociale.** Un progetto di durata biennale, co-finanziato da Coopfond s.p.a., che sarà guidato da Legacoopsociali al fine di accompagnare le cooperative aderenti ad esplorare ed identificare nuovi percorsi di sviluppo delle imprese sociali cooperative e delle loro capacità di investimento in innovazione e rigenerazione sociale e territoriale.

Il ruolo delle cooperative sociali continua ad essere rilevante all'interno del contesto competitivo italiano

Ambiti quali l'inserimento lavorativo, il welfare, la coesione sociale, l'educazione, lo sviluppo di comunità sono oggi all'avanguardia e sono presidiati da decenni grazie al lavoro e all'esperienza delle cooperative, trovando una loro collocazione naturale all'interno degli elementi costitutivi e della cultura organizzativa e manageriale della cooperazione sociale.

Le cooperative sociali hanno dimostrato una capacità di resilienza e tenuta durante gli anni della crisi in termini di risultati sociali, economici e mantenimento di posti di lavoro. Nel complesso il settore della cooperazione sociale è stato quello più performante non presentando neanche particolari condizioni di fragilità finanziaria.

Inoltre, in questi anni, **la cooperazione sociale, nel crescere e nel resistere, sta profondamente cambiando.**

Un'analisi delle cooperative aderenti a Legacoopsociali indica che alcune cooperative si sono via via strutturate e aggregate in organizzazioni di maggior dimensione assumendo le dinamiche e le caratteristiche delle "grandi" imprese di servizi.

Nuovi gruppi dirigenti si affacciano a governare le imprese, pronti ad affrontare un doppio investimento: la realizzazione di un percorso di valorizzazione professionale da un lato e una "scelta di vita" dall'altro, la ricerca di una missione che unisca al lavoro l'utilità sociale.

Una nuova generazione di soci chiede, in primo luogo e in misura ben più netta che in passato, continuità, sicurezza e qualità del lavoro, e riconoscimento della propria professionalità.

Di contro, **la cooperazione soffre una difficoltà a vedersi e sentirsi riconosciuta**, non tanto come esperienza storica e soggetto primario di un'economia sociale basata sulla partecipazione e sul

governo democratico, quanto **come soggetto imprenditoriale e agente di innovazione e sviluppo economico e sociale.**

Per cogliere le opportunità che il momento storico offre è prioritario riuscire a superare la visione che relega l'impresa cooperativa in un spazio di azione marginale. Va affermato il **ruolo dell'impresa cooperativa come forma di impresa civile inserita a pieno titolo nell'economia di mercato, caratterizzata da forte un elemento di relazionalità e uno stretto legame con il territorio, che agisce per contribuire alla coesione sociale e allo sviluppo economico.**

Per questo **l'obiettivo del progetto SENT** è quello di **rigenerare la cooperazione sociale attraverso l'attivazione di un cantiere di lavoro nel quale co-progettare la nuova cornice di riferimento su cui la cooperazione sociale dovrà sapersi misurare e innovare** per cogliere e affrontare le sfide e le opportunità poste dall'evoluzione del contesto di riferimento e per **essere il modello imprenditoriale guida per fare impresa sociale** e per sviluppare processi di innovazione dal basso che abbiano al centro la persona e le comunità.

La cooperazione sociale rappresenta una delle realtà di riferimento che può essere capace di re-interpretare e declinare, in chiave positiva, la relazione di interdipendenza che insiste tra cultura, società ed economia, valorizzando elementi chiave quali **innovazione, sostenibilità e umanità.**

La **cultura** è, infatti, uno degli ambiti politico-strategici trasversali di riferimento per le azioni e le attività del progetto SENT. È necessario che ogni realtà cooperativa e il movimento cooperativo nel suo complesso non diano per scontata la propria cultura. Occorre rinnovare il senso della propria specificità per rappresentare una realtà che agisce all'interno dell'economia di mercato, che è capace di porre interrogativi rispetto al modo di operare in economia e comunicare il valore aggiunto che apporta allo sviluppo della società, diminuendo la distanza percepita dalle cooperative (o da molte di esse) tra la propria realtà concreta e la rappresentazione che ne viene data.

La comunicazione: il piano operativo

Nella cornice di Sent e nel suo capitolo sulla cultura, si inquadra il nuovo Piano di Comunicazione 2018. Ad ispirare gli strumenti, gli obiettivi e le modalità è stato un nuovo e moderno approccio alla comunicazione della nostra associazione di imprese e cooperative sociali: non delegare alla comunicazione "verticale" del semplice ufficio stampa ma costruire **un'autonomizzazione della "capacità mediatica"** sfruttando le opportunità del web e dei social network: l'era della comunicazione digitale **ha annullato la distinzione tra chi fa editoria e chi non la svolge come attività prevalente.** Questa intuizione **ha prodotto discreti risultati e una tenuta** di fronte alle crisi d'immagine tra il 2013 (Lampedusa) e il 2014 (mafia capitale).

Questo è l'incipit del documento di Bilancio attività di comunicazione 2013-2017 che segna il punto di cesura da dove ripartire. Dalle tre parole d'ordine del IV congresso nazionale "Gli altri, il nuovo, il domani" si deve declinare una comunicazione che sappia cogliere le opportunità delle nuove tecnologie con le buone regole della "tradizione mediatica".

Davanti c'è un panorama di attività molto articolato che va comunicato. Non solo le attività dell'associazione nazionale e delle associate ma anche la presenza nelle reti va affermata con un proprio profilo comunicativo: Alleanza cooperative sociali, Forum Terzo Settore, Forum Disuguaglianze e Diversità, Alleanza contro la povertà, agricoltura sociale, beni confiscati.

Ufficio stampa e sito web

La trasformazione della comunicazione e dell'informazione ha determinato anche quella delle modalità di comunicazione esterna. L'ufficio stampa, oggi, non è più un meccanismo verticale: comunicato→testata giornalistica→lobbying. Oggi la dotazione web e social automatizza il comunicato stampa nella sua diffusione.

Resta, però, fondamentale la costruzione di relazioni con carta stampata, radio, tv e informazione web con la tradizionale doppia opzione: pagare fette di pubblicità o “dare la notizia”. Essere fonte affidabile di dati, storie ed esperienze permette a Legacoopsociali di poter costruire, dopo Mafia Capitale, un lento percorso di smontaggio su luoghi comuni e fake news. È necessario costruire una nuova “visione” su tre piani di intervento: economico, sociale e culturale. A giornali, tv, radio e web nella cooperazione sociale deve poter trovare un interlocutore innovativo, affidabile e mai strumentale.

Restano come primo riferimento le agenzie stampa, quelle di settore e le testate specializzate ma va recuperato il lavoro pre-Mafia Capitale con il main stream attraverso la capacità di “fare notizia” sulla “visione”.

-Operatività. Comunicati su fatti di attualità dove sono interessati campi di intervento della cooperazione sociale; comunicati e interventi su aree tematiche legate ai gruppi di lavoro (migranti, dipendenze, infanzia, salute mentale, beni confiscati); completa comunicazione su tutti gli eventi nazionali di Legacoopsociali, classificati secondo la loro “notiziabilità”, attraverso la forma “multimediale” che oggi diventa essenziale; dare spazio a comunicazioni delle coop sociali dai territori su “crisi” o “good news”.

-Sito web. È la nostra finestra, il vestito istituzionale che racconta chi siamo e cosa facciamo. Nella home page la colonna centrale racconta attività, eventi, posizioni e notizie rilevanti del mondo della cooperazione sociale e del terzo settore.

Dopo il restyling oggi si possono aggiungere diverse funzioni nuove. La finestra sugli eventi dai “territori” con le cooperative aderenti in primo piano e l'ampio spazio per la pubblicazione e condivisione di documenti. La funzione di “servizio” resta un aspetto fondamentale per connettere le associate all'associazione e aggiornarle sul piano di lavoro: in questo senso è stato fornito un vademecum di base per mettersi in contatto con l'ufficio comunicazione in maniera corretta e operativa.

Progetto nelpaese.it: la sfida di un quotidiano on line

Dall'estate del 2012 il progetto di un quotidiano on line, edito da Legacoopsociali in via sperimentale, ha prodotto alcuni risultati concreti in seno al lavoro e alla progettualità per la comunicazione nazionale. In concreto si è formato un Gruppo nazionale comunicazione che, partendo da www.nelpaese.it, ha messo a sistema un numero importante di comunicatori/addetti stampa di cooperative sociali e delle Legacoop territoriali, aumentando i suoi componenti via via negli anni con nuove adesioni.

Il Gruppo nazionale si è riunito con la scadenza di due volte l'anno, a Roma o Bologna, confrontandosi e condividendo la linea editoriale, le modifiche al sito, i contenuti e il lavoro di editing per la crescita del progetto. Questa continuità ha permesso man mano di sviluppare anche un

lavoro concreto di confronto e condivisione su aspetti positivi e criticità della comunicazione: formazione, iniziative, aggiornamento degli strumenti, messa in rete delle conoscenze.

Lontano dal principio di voler creare un “house organ”, **nelpaese.it** si è posizionato in rete e sui principali social network attraverso un’informazione relativa ai temi di attualità, della cronaca e dello storytelling con il punto di vista specifico della cooperazione sociale senza trasformarsi in megafono. Ha attraversato la tempesta di *mafia capitale* e l’attuale campagna di odio contro chiunque si occupi di accoglienza o di esclusione, tenendo la barra dritta sul linguaggio e sulla valenza seria dei contenuti.

Il ritorno in termini di immagine è stato ottimo. Ad oggi chi dirige la testata è invitato a tenere giornate di formazione per i crediti professionali Odg sulla Carta di Roma (le regole deontologiche sul tema migranti) e molti panel ai festival dedicati al giornalismo, a temi dedicati all’infanzia, all’inclusione e all’ambiente.

I numeri. Dal 2016 al 2018 **nelpaese.it** è stabilmente oltre le 500mila visite all’anno per un aggiornamento pari a 250 giorni all’anno su 365 stabilendo una media netta tra le 5 e 10mila visite al giorno. È supportato, inoltre, da una pagina facebook con circa 10mila fans e oltre 1200 followers sul profilo twitter, senza avere un social media manager dedicato.

Il pubblico di riferimento è giovanissimo: il 65% ha età compresa tra i 18 e i 40 anni (dato relativo al forte legame con gli account social) e di questo pubblico il 60% sono donne.

Finestra sul mondo. **nelpaese.it** ha permesso di costruire un ponte con associazioni (Asgi, Antigone, Cnca, Auser, Uisp, Legambiente, Magistratura democratica), Ong (Amnesty, Msf, Gvc), organizzazioni di categoria (Odg, Fnsi, Carta di Roma, Articolo 21), enti locali (piccoli comuni, assessorati, enti amministrativi statali e locali), parlamentari (Pd, Leu e M5S in particolare) e ministeri trattando in maniera costante e puntuale dei temi. Numerose e di valore sono state anche le richieste di media partnership, interviste, contributi. Ottima è stata la risposta delle cooperative sociali, delle strutture regionali e di enti di sistema come Coopfond o altri settori (Fimiv, Mediacoop, Unipolis).

Da due anni Foncoop stanZIA l’unico budget “inserzionista” con il banner in home page. È stata anche occasione per “formare” tirocinanti da master universitari e laureandi con un ritorno importante in termini di relazioni e credibilità.

Il **giudizio “esterno”** su come viene visto questo strumento d’informazione è positivo e rappresenta, a distanza di 7 anni, un esperimento riuscito che oggi può guardare ad un nuovo orizzonte di sviluppo ed evoluzione ulteriore.

Nel 2012 www.nelpaese.it nasceva dall’idea che la comunicazione stava cambiando e il mondo dell’informazione era in forte crisi: due aspetti che a distanza di un lustro si sono confermati e aggravati. Sono saltati i canoni dell’autosufficienza dell’ufficio stampa “classico” e la digitalizzazione impone al settore di misurarsi con questa innovazione: costruire una testata on line oggi è un’opportunità se non una scelta obbligata. Ed è proprio in questa direzione che si sta costruendo il progetto di sviluppo: la costruzione di un **soggetto editoriale** di cui siano protagoniste le stesse cooperative sociali attraverso la sostenibilità economica e la linea editoriale. È tempo di un **giornale on line di riferimento** che faccia informazione e opinione.

La radio per il terzo settore: Giornale Radio Sociale

Il quotidiano on line www.nelpaese.it è una scommessa vinta (dati e statistiche in allegato al documento bilancio attività). Dalla fase sperimentale alla sua “ufficializzazione” come testata giornalistica si è creato un meccanismo virtuoso che va rafforzato. Il progetto editoriale ha il baricentro sulle “aree tematiche” e sulle “regioni”: le due categorie che coincidono con quelle delle cooperative sociali.

Ancora prima del progetto nelpaese.it, dal 2011, è significativa la nostra presenza nella redazione del Giornale Radio Sociale (Grs) edito dal Forum nazionale del Terzo Settore. Oggi la web radio che consiste in un notiziario quotidiano di 3 minuti e in un approfondimento settimanale di 5, oltre a media partnership per la diretta di molti eventi (Fqts, convegni associazioni nazionali e Fondazione Con il Sud, manifestazioni).

Legacoopsociali, con Uisp, Auser, Csv, lo stesso Forum e il Movi, sono l’asse portante e fondativo di un progetto sempre più riconosciuto nel panorama dell’informazione sociale italiana: dopo il primo ciclo di 10 seminari con crediti formativi per i giornalisti sarà ripresentato un nuovo ciclo in collaborazione con la Fondazione Con il Sud. Questo strumento è sussunto dall’attività quotidiana della comunicazione Legacoopsociali che partecipa al nuovo piano di sviluppo in fase di preparazione.

Oggi il Giornale Radio Sociale ha una doppia copertura, Fm e on line, per una stima quotidiana di oltre 300mila ascoltatori. Vanta già due premi giornalistici vinti dedicati alla radio e lavora in rete con importanti agenzie stampa come Dire e Redattore Sociale creando network di informazione allargati e dedicati al terzo settore.

A distanza di 8 anni il Grs rappresenta uno dei progetti di più grande continuità per la comunicazione sociale messo in campo dal terzo settore italiano e dal 2011 è presente al Salone Editoria Sociale con un proprio appuntamento che spesso è tra i più seguiti dell’evento. Tra i punti di forza di questa esperienza c’è la capacità di rinnovarsi, ampliando l’offerta informativa del proprio sito (testata on line regolarmente registrata) consentendo, negli anni, di far conseguire il tesserino dell’Ordine dei giornalisti ad addetti alla comunicazione e redattori nel pieno rispetto delle regole deontologiche.

Nuove Visioni: per un festival e un archivio dell’audiovisivo

Nel 2017 si sono registrate numerose produzioni in campo cinematografico e audiovisivo da parte di gruppi di imprese sociali e cooperative sociali, da Nord a Sud. In particolare si tratta dei film **Al massimo ribasso** (cooperativa sociale Arcobaleno), **Veleno** (gruppo Gesco) e il cortometraggio **Questo è lavoro** (Consorzio Parsifal).

Un investimento che segnala una duplice esigenza: il protagonismo della cooperazione sociale nel settore culturale e la necessità di prendere voce sulle arti comunicative, a partire da quelle audiovisive.

Tra gli obiettivi del progetto non c’è solo quello di renderlo permanente con **una Biennale** ma anche di realizzare **un sistema permanente** di valorizzazione del patrimonio audiovisivo della cooperazione sociale. Su tutto il territorio nazionale vengono prodotti video e foto che costituiscono uno storytelling che meritano uno strumento di valorizzazione e archiviazione attraverso un portale

(visioni.org) che attraverso una Biennale possa creare spazi in mostra dello storytelling video della cooperazione sociale.

Stiamo parlando di documentari, video web, gallery fotografiche, storie pubblicate sui canali youtube o semplici fotografie delle attività nei servizi gestiti dalle coop sociali. Un bacino sterminato di comunicazione audiovisiva che merita una sistemazione organica come ha già fatto il mondo del volontariato con il progetto “tantixtutti”. In questa direzione è stato registrato il dominio **nuovevisioni.org** che è il primo tassello di costruzione del progetto.

Ancor prima della stesura del progetto operativo Nuove Visioni è stato un successo. Ospitato a giugno 2018 nella cornice dell’Isola del cinema ha coinvolto tre dibattiti per le proiezioni a cui hanno partecipato giornalisti, registi, attori, produttori, docenti universitari, esponenti della cooperazione e del governo. Da quel momento si è scatenato l’effetto moltiplicatore con eventi “Nuove Visioni” a Bologna, in Sicilia e alla Biennale della Prossimità a Taranto. Ancor prima della struttura l’idea dell’audiovisivo che racconta e su cui costruire momenti di confronto ha dato stimolo ed entusiasmo alle organizzazioni sul territorio.

Ora il passaggio successivo sarà quello del piano operativo del progetto, costruendo il portale-archivio e immaginando forme e spazi per la Biennale che potrebbe “gemellarsi” con eventi paralleli contaminandosi e sviluppando reti di contaminazione culturale all’interno del non profit. C’è la consapevolezza di quanto la sfida dell’audiovisivo sia centrale per la comunicazione delle imprese sociali. Non è marketing ma un’opportunità per raccontare al Paese, agli stakeholder, agli attori istituzionali ed economici il ruolo dentro le comunità di questo pezzo di economia.

La produzione audiovisiva è uno strumento importante anche nel rapporto con il main stream. Tra il 2013 e il 2014 con tre documentari, realizzati in occasione della Settimana Unar contro le discriminazioni razziali e del 3° congresso nazionale, giornali, tg e settimanali nazionali si occuparono della cooperazione sociale con uno sguardo diverso: il video come un ariete nel rullo del meccanismo main stream.

Ed è all’interno del progetto Nuove Visioni che si inserisce l’ultima produzione targata Legacoopsociali: il documentario **Un bene di tutti** realizzato dal videomaker Stefano Cioni, studente del Master Sociocom nell’ambito del tirocinio svolto con nelpaese.it tra settembre e novembre 2018. Il doc attraversa tre esperienze di cooperative sociali che gestiscono beni, terreni e aziende confiscate alle mafie da Lecco a Casal di Principe, passando per Viterbo. Un bene di tutti ha già ricevuto il **Premio Calcata 2019** per il giornalismo digitale ed è stato selezionato tra i 65 video finalisti del **premio L’Anello debole** della comunità di Capodarco. Questi riconoscimenti sono il riscontro concreto che siamo sulla strada giusta nel mettere al centro della strategia comunicativa la produzione e la promozione audiovisiva.

La potenza delle immagini sarà la prossima, fondamentale, frontiera della comunicazione di Legacoopsociali che dedicherà anche momenti formativi ad hoc per le cooperative sociali e i suoi referenti della comunicazione.

Bilancio: a buon punto di un lungo percorso

Oggi Legacoopsociali può rivendicare il raggiungimento di alcuni obiettivi, legati non solo alla sua comunicazione ma anche alla sua immagine e reputazione. È, però, un passaggio importante di un lungo percorso. I cambiamenti e gli aggiornamenti repentini degli strumenti di comunicazioni, delle piattaforme, dei linguaggi e dei mass media impongono uno studio continuo. Creare reti interne all'Associazione, far parte di altre reti all'esterno, avviare confronti con esperti e docenti sono le azioni pilastro del futuro. È stata fissata l'impalcatura, ora bisogna costruire un edificio che spesso hanno provato a picconare. Il bilancio di questo percorso è racchiuso nella frase scritta in apertura del nostro sito web: **“nulla da dimenticare, tutto da immaginare”**.