

il viaggio del  
**Manifesto della  
Comunicazione**



## MANIFESTO DELLA COMUNICAZIONE DI LEGACOOPSOCIALI 2021-2025

Comunicazione: una strategia di comunità per la cooperazione sociale

La comunicazione, parafrasando una celebre frase sul giornalismo, è **un'anarchia disciplinata**. Creatività e fantasia, anarchiche, si uniscono alla professionalità e competenza, disciplinate. La cooperazione sociale ha un legame fortissimo con questo assunto: ha creato pezzi di welfare, economia e cittadinanza nel pieno rispetto di regole e competenze professionali.

### **Il cambiamento**

**Serve un big bang** che unisca queste due "sorelle": comunicazione e cooperazione sociale. L'emergenza Covid ha segnato una cesura di un'epoca rendendo più grave ciò che era escluso, dimenticato e sofferente e mostrando, però, la luna delle opportunità di cambiamento. La comunicazione diventa uno strumento fondamentale per non guardare il dito ma per mettere al centro dei nostri occhi la luna. L'era digitale non è un'epoca che sta per arrivare: **è il presente, è già in atto** nelle nostre attività quotidiane e bisogna solo esserne consapevoli.

**Cambiare approccio culturale verso la comunicazione.** L'epoca della tecnologia digitale e delle "transizioni" ci spiegano che la comunicazione non è "altro" ma è dentro le imprese sociali. La comunicazione non è residuale ma partecipazione diretta alla costruzione cooperativa che ha bisogno delle azioni comunicative, sempre più complesse con la moltiplicazione degli strumenti e dei canali di comunicazione.

La comunicazione sociale, **la nostra comunicazione**, non è neutra e, dunque, comunichiamo il "prendere parte" inteso sia come "partecipare" al racconto collettivo che come "schierarsi" sui temi degli ambiti di attività e nelle comunità. Comunicare è una dimensione del fare.

Veniamo da oltre un lustro in cui abbiamo affrontato emergenze, tempeste mediatiche e timori di reagire, gestire, farsi protagonisti senza subire il racconto degli altri. Il racconto siamo noi e c'è una forza che non può essere più sottovalutata: l'intera comunità della cooperazione sociale può esprimere intelligenze e capacità per una comunicazione che diventi condivisione, una strategia di comunità.

### **Dentro l'innovazione digitale**

Nell'epoca degli influencer che hanno rivoluzionato la comunicazione con il marketing digitale rivolto a milioni di persone il racconto della propria vita, delle proprie azioni e dei propri punti di forza si trasforma in storytelling. Il nostro "racconto delle storie" ha un valore inclusivo e legato alle comunità che non sono più solo territoriali ma anche virtuali.

**Affrontiamo il presente perché il futuro è alle porte** e tutto si trasforma velocemente. La cooperazione sociale non è solo un progetto d'impresa ma propone un'idea di Paese: bisogna

comunicarlo e per farlo occorre avere figure professionali adeguate, creative e pienamente integrate nella vita della cooperativa/associazione.

**È indispensabile fare un salto di qualità:** parlare oggi di comunicazione efficace significa costruire e rendere unica e riconoscibile la “cifra” del nostro comunicare quotidiano come cooperative sociali.

Significa affiancare, nella progettazione dei servizi di cura, anche uno storytelling capace di superare la cornice cooperativa per sostenere e promuovere l’idea delle comunità che vogliamo abitare.

Significa riconoscere le potenzialità che una comunicazione sociale trasparente e concreta ha nell’attivazione di processi inclusivi all’interno dei territori.

Significa essere consapevoli che comunicare le buone pratiche del nostro lavoro quotidiano aggiunge valore non solo all’identità di ciascuna cooperativa sociale, ma sostanzia le regole di ingaggio della cooperazione sociale nel contribuire allo sviluppo dell’economia sociale nel nostro Paese.

### **Progettiamo partendo da noi**

**Progettiamo azioni sostenibili** per una comunicazione di sistema che mette in rete tutte le esperienze e crei un racconto unico, una grande identità narrativa in cui riconoscersi e sentirsi comunità. Apriamo le porte alla sperimentazione e recuperiamo nella soffitta del nostro lavoro vecchi arnesi che possono tornare utili. Avviamo **connessioni cooperative** per connetterci con il Paese e oltre confine.

Misuriamo l’impatto della nostra comunicazione, per un senso di responsabilità verso le comunità di riferimento e per dimostrare la portata dei cambiamenti che promuoviamo. Per una comunicazione più **credibile, diffusa e fruibile**.

Partiamo da **chi siamo, dalla nostra storia** e leghiamo un filo conduttore con cui comunicare la **nostra identità a più voci**. La comunicazione è **azione e non reazione o difesa**, contribuisce a costruire la nostra reputazione: siamo “opinion leader” su temi importanti e dobbiamo riaffermare la **modernità della cooperazione sociale** come impresa che coniuga impresa e sociale, forze e interessi realmente condivisi e praticati.

### **Formare e costruire**

Da questo impianto teorico mettiamo in campo **tutta la formazione necessaria** perché ogni organizzazione possa costruire il proprio Piano di comunicazione e linee guida avendo un riferimento identitario forte.

Costruiamo **la comunicazione del prossimo decennio** insieme come mattone della nostra comunità: l’anarchia disciplinata che si mette al servizio dell’impresa sociale 4.0

*Gruppo nazionale Comunicazione Legacoopsociali*