



Antonella Galli, Silvia Nidasio

## **FARE NOTIZIA CON IL NON PROFIT.**

**Strumenti e strategie per la comunicazione sociale**

pp. 144, Collana: Manuali

**Creare un ponte tra chi opera in ambito sociale, in special modo nelle organizzazioni non profit, e il mondo della stampa.** Ecco l'idea da cui sono partite le autrici di questo libro, entrambe con una significativa conoscenza professionale di questi due campi, l'una come giornalista, l'altra come esperta di comunicazione e raccolta fondi.

Il testo indaga la realtà dell'informazione sociale, sfatando alcuni luoghi comuni ed evidenziando i veri obiettivi che questa deve raggiungere. Si propone di chiarire quali **“strumenti”** comunicativi possono essere utilizzati da un addetto stampa per riuscire a far breccia efficacemente nelle redazioni giornalistiche, così da arrivare a far conoscere ai lettori le tante realtà sociali che operano nel nostro Paese, nonché ad offrire notizie e informazioni utili sui servizi che esse offrono. **Alcune interviste ad “addetti ai lavori” (di cui si riproducono in questa scheda alcuni stralci) completano la trattazione.**

Il volume è pensato anche per chi si avvicina al lavoro di comunicazione senza una preparazione professionale specifica (spesso, infatti, nel mondo del non profit chi si occupa dell'ufficio stampa lo fa da volontario) e si fonda sull'esperienza dell'operato di diverse organizzazioni, di varia natura e dimensione, che le autrici hanno avuto modo di osservare e sperimentare in prima persona.

Oltre che agli addetti stampa e ai referenti della comunicazione, il manuale può risultare utile anche ai giornalisti, in particolar modo a coloro che, per sensibilità personale o per scelta professionale, desiderano avvicinarsi ai temi espressi dal Terzo Settore.

### **Le autrici**

**Silvia Nidasio.** Lavora nel campo della comunicazione e della raccolta fondi. È stata direttore responsabile della rivista del Movimento di Volontariato Italiano (2003-2007). Dal 2001 collabora con la Fondazione Istituto Sacra Famiglia Onlus, prima nell'ufficio comunicazione e raccolta fondi, ora per il comitato scientifico. È co-fondatrice di StudiotreS ([www.studiotres.net](http://www.studiotres.net)), società che fornisce servizi di consulenza di marketing e comunicazione per le aziende e per il non profit. Ha pubblicato il volume *Internet per le aziende non profit* (Egea, 2001).

**Antonella Galli.** Giornalista professionista freelance, si occupa d'attualità, costume e cultura, con particolare attenzione per le tematiche sociali e del Terzo Settore. Collabora con *Elle*, *Avvenire*, *Noi Genitori e Figli*, *Top Girl*, *Focus Extra*. Ha lavorato per Blu Sat 2000 (la radio della Conferenza Episcopale Italiana), la Triennale di Milano, la Fondazione Istituto Sacra Famiglia Onlus. Nel 2003 ha vinto il Premio Giornalistico Città di Milano “Maria Grazia Cutuli”.

### **Dall'indice del volume**

#### **Introduzione**

**Il punto: il giornalista sociale.** (Conversazione con Matteo Scanni)

#### **Capitolo 1 - Quello che il non profit ignora dei media**

(Quali sono i media - Come funziona una redazione - Il taglio e il linguaggio delle notizie - La comunicazione su internet - Il sociale nei media - Il punto: il giornalismo sul web - Conversazione con Andrea Rottini)

#### **Capitolo 2 - Strumenti di comunicazione sociale**

(Il piano di comunicazione - Una comunicazione efficace: i mezzi per ottenerla)

#### **Capitolo 3 - Strategie di comunicazione: il giusto mix per ogni messaggio**

(La comunicazione istituzionale - La comunicazione di servizio - La comunicazione di eventi - Le storie - Fare rete nel mondo sociale - Il punto: l'esperienza della Fondazione Cariplo: il motore della comunicazione. Conversazione con Dario Bolis)

#### **Capitolo 4 – Schede utili**

#### **Bibliografia**