



ELENA ZANELLA
FUNDRAISING ACADEMY
& CONSULTING

COMUNICARE NELL'EMERGENZA E PREPARARSI AL DOPO

ELEONORA TERRILE

31 MARZO 2020



Dal 1988 al 2007 in agenzie nazionali e internazionali di pubblicità come copywriter, supervisor, co-direttrice creativa.

Dal 2008 consulente e docente di comunicazione sociale e copywriting.



"Comunicare fa rima, anche, con rispettare" è un mio corso e principio guida.

Fondatrice di "Labelluli – creare sulle ali di un dettaglio".
Dal 2019 artista di Mus-e Milano.

Eleonora Terrile – Parole scelte con cura

Emergenza
Covid 19

Lo scenario
mediatico

Febbraio 2020

Sottovalutazione

Allarmismo

Marzo 2020

Allarmismo

Colpevolizzazione

Confusione su dati,
direttive, fake news

Metafore belliche
e bollettino quotidiano
di guerra: morti,
contagiati, guariti.

Emergenza Covid 19

Una preghiera nel deserto

Foto credit: Ansa



Emergenza
Covid 19

La richiesta
alla collettività

L'emergenza Covid 19 chiede a tutti un cambiamento e una riflessione, anche agli Enti del Terzo Settore.

Cambiamenti
richiesti
alle persone

Collaborazione

Distanza fisica, lavoro
da remoto, vicinanza emotiva

Pazienza

Prendersi cura gli uni degli altri

Rispetto delle regole

Rivedere priorità e programmi

Valorizzare l'essenziale

Il cambiamento più difficile

Farsi carico di un nuovo dolore in caso di ricovero e morte dei propri cari:

- lontananza forzata negli ultimi giorni di vita
- impossibilità di un rito funebre con parenti, amici, tempo dedicato
- impossibilità di tornare in Italia, se all'estero per motivi di studio/lavoro

Cambiamenti
richiesti
agli Enti del Terzo
Settore

Collaborazione

Lavorare da remoto

Pazienza

Rivedere programmi

Rimandare alcuni progetti di RF

Stop a eventi e manifestazioni
locali-nazionali di piazza

Nel cambiamento,
opportunità
da cogliere

Più attenzione e tempo per riflettere su quanto
l'Ente è allineato ai propri valori e mission

Più attenzione e tempo per valutare la sostenibilità
di medio-lungo periodo dell'Ente rispetto al lancio
di nuovi progetti

Più attenzione, cura e tempo per i sostenitori
(donor care)

Nel cambiamento,
opportunità
da cogliere

Più attenzione, cura e tempo per controllare
che la comunicazione rispecchi i valori e la mission
dell'Ente

Più attenzione, cura e tempo per coordinare
la comunicazione istituzionale con quella
per la raccolta fondi

Più attenzione e tempo per riflettere sul linguaggio
e sul tono di voce di ogni comunicazione

Che cosa fare oggi

Concentrare la comunicazione sui social network e attraverso i canali digitali, per mantenere la visibilità

Mandare avanti la campagna 5x1000 sui canali digitali

Raccontare come l'Ente sta continuando a lavorare e quali cambiamenti sta fronteggiando

Evitare di "cavalcare l'emergenza Covid 19" se la mission non ha nulla a che fare con sanità-soccorso-ricerca scientifica-protezione fasce più deboli della società-protezione minori-protezione donne maltrattate

Oggi e domani

Cura
Delicatezza
Equilibrio
Rispetto

Evitare toni emergenziali, colpevolizzanti, pietistici

Evitare metafore belliche

Evitare richieste pressanti di fondi

Prendersi cura dei sostenitori attraverso la scelta ponderata di parole, immagini, tono di voce

Allontanare i sostenitori dalla paura e dall'emergenza vissute nel 2020

Privilegiare narrazioni che trasmettano speranza, l'importanza della collettività, del prendersi cura gli uni degli altri

E un domani?

Una campagna
di Natale delicata,
gioiosa, rispettosa

In caso di campagna natalizia anche attraverso il mailing, tenere presente che cosa hanno vissuto nel 2020 gli anziani, il target prediletto per questo canale:

- mesi di vera emergenza e ritiro in casa, spesso in solitudine
- timore di essere "sacrificati" in caso di malattia da ricovero, per favorire persone più giovani e con maggiore aspettativa di vita
- probabilità di qualche lutto

E un domani?

Una campagna
di Natale delicata,
gioiosa, rispettosa

Questo significa che alcuni Enti del Terzo Settore abituati a mailing dal tono emergenziale e pietistico dovrebbero rivedere completamente vocabolario e linguaggio visivo.

Un cambiamento auspicabile da tempo, quest'anno non più prorogabile.

Grazie dell'attenzione.
Restiamo in contatto: info@eleonoraterrile.it
www.eleonoraterrile.it – www.labelluli.it
Twitter: funnyraiser



ELENA ZANELLA SRL SOCIO UNICO

SEDE LEGALE: VIA G. WASHINGTON 98 | 20146 MILANO

SEDE OPERATIVA: VIA STELVIO 2 | 20017 RHO (MI)

T. 02.9302505 | M. 338.9609802 | elenazanella@elenazanella.it | <http://fundraisingacademy.it> | <http://elenazanella.it> |
<http://startupfundraising.it/> | <http://www.vita.it/it/blog/la-zanzarella/37/>