

Luciano M. Fasano
Dipartimento di Scienze sociali e politiche
Università degli studi di Milano

**CAI dell'informazione e condivisione: come e cosa
comunicare - il Talk group**



Giornate della Comunicazione nel CAI – Bologna 29,30 settembre 2018

**Le difficoltà di comunicazione interna ai diversi livelli:
anche all'interno della stessa sezione, fra gruppi che
svolgono attività diverse**

**Gran parte dei soci vivono una realtà che si esaurisce a
livello delle Sezioni e sottoSezioni ... e pochi soci attivi**

**Dal punto di vista dei flussi comunicativi vi
è spesso una sofferenza dei livelli intermedi
che vengono by-passati dal passaggio diretto
di informazioni dagli organi centrali ai territoriali**

**La comunicazione è tempistica (deve essere veloce,
“sul pezzo” ...)**



La comunicazione è sempre più articolata (diversi media) e complessa: richiede capacità professionali in chi la fa

Anche chi ha responsabilità direttive ai diversi livelli (dalla Sezione al GR) deve avere delle capacità relazionali e comunicative

La necessità riguarda anche istruttori e titolati

Il problema della comunicazione declinato in un nuovo dilemma: *formare o retribuire*

Trovare una soluzione che non comprometta la natura volontaristica del sodalizio



Trovare delle modalità di sincronizzazione della comunicazione interna (piattaforme blog comuni)

Come formare chi ha responsabilità direttive a prendersi cura della relazione

Dal punto di vista della comunicazione interna/esterna si pone una duplice esigenza:

- **marketing *associativo*: rapporto con i soci**
- **marketing *territoriale*: rapporto con il territorio (altri attori e potenziali aderenti)**



**Cosa comunicare: un'idea di ciò che si è per comunicare ...
in maniera efficace ...**

- dentro l'associazione (*sensemaking*)
- fuori dall'associazione (identità)

Fiducia

Si affaccia un nuovo dilemma:

- comunicare per fare "proselitismo"
- comunicare per "testimoniare"

Quale compromesso

Cosa siamo noi determina come ci vedono gli altri

**Una priorità: ridefinire l'identità CAI
in tempi di cambiamento**

