



VERIFICA DELLE ATTIVITÀ DEL SETTORE COMUNICAZIONE/STAMPA E PROGRAMMA 2011-12

PREMESSA

Le attività del settore “Comunicazione/stampa” cercano di rispondere all’esigenza dei capi di vivere l’esperienza associativa come “luogo di scambio, confronto e sostegno”, come espressa nel Progetto regionale.

<i>Per rispondere all'ESIGENZA di</i> Vivere l'esperienza associativa come luogo di scambio, confronto e sostegno e come luogo dove ognuno può dare il suo contributo	<i>... Ci diamo questi OBIETTIVI</i> <ul style="list-style-type: none">• Costruire una rete di servizi potenziando il sito regionale e costituendo un archivio delle esperienze e delle persone competenti• Potenziare la diffusione delle informazioni• Favorire lo scambio di esperienze
---	--

Possiamo provare ad interpretare tali esigenze ed intendere:

lo scambio: come la necessità di diffusione di informazioni e notizie ma anche di materiale potenzialmente riutilizzabile nell’ambito delle proprie attività;

Il confronto: come la richiesta di approfondimenti sui dibattiti in corso, opinioni e spunti per stimolare il capo ad interrogarsi nell’ottica della “formazione permanente” ;

Il sostegno: ricevere concretamente “supporti al servizio”, come idee e suggerimenti per attività, ma anche strumenti che semplifichino le burocrazie (ad es. per iscrizione e partecipazione ad eventi o ad altro). Immaginiamo inoltre l’esigenza di un “sostegno emotivo” pensando che sia segno di attenzione verso il capo accompagnarlo nel servizio incoraggiandolo e non facendolo sentire solo.

Il Settore Comunicazione/Stampa si è riorganizzato con l’inizio dell’anno scout 2010-2011.

Ha definito un “Progetto Comunicazione” che è stato presentato e condiviso in Consiglio regionale.

Tale Progetto prevede tre diversi strumenti privilegiati di comunicazione (sito internet, newsletter e rivista per capi Il Galletto) i cui contenuti rispondono alle diverse esigenze sovraesposte, non trascurando inoltre:

- il “fattore tempo”: determinante nel veicolare le informazioni nei giusti momenti;
- l’atteggiamento attivo o passivo del capo rispetto ai diversi contenuti (cioè: “hai bisogno di qualcosa di specifico e quindi lo cerchi”, oppure “voglio dirti qualcosa e quindi ti raggiungo”);
- le potenzialità degli strumenti informatici e allo stesso tempo la diversa alfabetizzazione e familiarità rispetto all’uso dei medesimi dei capi giovani e meno giovani.



STRUMENTI DI COMUNICAZIONE REGIONALI

La comunicazione regionale si avvale di tre citati strumenti specifici, indirizzati sia ad una comunicazione “interna” (ai capi, ragazze/i e loro genitori), sia “esterna”:

- Sito internet
- eNewsletter
- Rivista per capi Il Galletto

Dopo la riorganizzazione del Settore Comunicazione/Stampa e la creazione degli strumenti della Comunicazione, lo sforzo è quello di ampliarli e consolidarne l'uso.

Sito Internet

www.emiroagesci.it

Il sito internet ha continuato ad arricchirsi di contenuti, tali da richiedere un aumento di memoria del server; le informazioni sono protette da una doppia copia sul server e da una ulteriore copia giornaliera di tutto il sito in un altro server in Bologna. Il server principale, quello di backup e apparati accessori funzionano completamente con software libero e la società che li ospita è stata premiata (con il GreenIT Best Practice Award 2011) per aver contribuito all'introduzione massiva di energia verde nel mondo dell'IT. Il fornitore di energia del server primario è la tedesca NaturEnergie AG, azienda che impiega generazione idroelettrica al 100%. Il fornitore di energia del backup e apparati accessori è Sorgenia S.p.A., che basa la sua produzione sul ciclo combinato a gas naturale, con rendimento superiore al 56% rispetto alle centrali tradizionali e con emissioni di CO2 inferiori del 27% rispetto alla media nazionale da termoelettrico (fonte Terna).

Sono stati consolidati gli spazi dedicati al settore Foulards Blanc, Internazionale, Nautici e Specializzazioni e del Centro Documentazione L'albero, quest'ultimo con la possibilità di visualizzare i libri disponibili sia nel centro documentazione che nelle biblioteche pubbliche e private della nostra regione.

Si è consolidato l'archivio delle case e terreni scout con l'aggiunta di nuove strutture (<http://www.emiroagesci.it/basi-scout/>) portando a 41 il numero di quelle censite ed è stata istituita una sezione per foto eventi regionali (<http://www.emiroagesci.it/comunicazione/foto-eventi/>).

Sul sito si promuovono inoltre i prodotti editoriali scout. Le prossime attività riguardano una sperimentazione con la branca EG volta a dare visibilità alle attività dei ragazzi, creando una sezione dedicata a loro sia per i campetti di specialità che per le imprese di squadriglia. È in corso di definizione con il Settore Protezione Civile un loro spazio dedicato sul sito.

Il numero di accessi al sito nel 2011 è stato di 79.670 visite, 357.729 pagine visualizzate. Ogni utente ha visualizzato in media 4,49 pagine ad ogni visita. In media i visitatori navigano sul sito per tre minuti. Oltre il 90% delle visite proviene dall'Italia. Le pagine maggiormente visitate, dopo l'home page, sono, in ordine, quella della Formazione Capi, della Branca RS, della Branca EG, della Branca LC e dei contatti.



E-newsletter

<http://www.emiroagesci.it/comunicazione/e-newsletter>

È lo strumento con cui ci si tiene in collegamento diretto con i singoli capi tramite invio di una E-newsletter a cadenza mensile con informazioni riferite ai vari temi di interesse regionale e di E-newsletter o avvisi speciali dedicati alle branche, ai settori o ad eventi di formazione capi in coordinamento con i rispettivi incaricati regionali.

Nell'anno 2011 sono state inviate 10 E-newsletter regionali più una serie specifiche dedicate a notizie di branca su richiesta degli stessi incaricati, nel 2012 3 nei primi quattro mesi.

Lo strumento si dimostra efficace per inviare informazioni specifiche in caso di eventi regionali (Convegno e Assemblea), richiamando quanto pubblicato sul sito.

La E-newsletter è inviata agli indirizzi email dei censiti e a chi si iscrive. Permane il problema degli indirizzi email inseriti all'atto del censimento dai capi gruppo che spesso sono errati e non aggiornati.

Circa il 45% delle E-newsletter inviate viene aperta e letta dai capi, circa un 15% delle email non va a buon fine a causa di email non più aggiornate. I contenuti maggiormente letti riguardano le opportunità di campi per la formazione dei capi (cantieri, cft, cfm), materiale scaricabile online direttamente dalla E-newsletter sempre a carattere formativo.

Il Galletto

<http://www.emiroagesci.it/comunicazione/il-galletto>

Tendenzialmente si cerca di proporre numeri con una parte preponderante "monotematica" che sviluppi temi di forte interesse regionale. Il punto di forza del numero monotematico è che "motiva" a tenersi la rivista anche dopo averla letta/sfogliata perché consentirà di trovare contenuti utili al proprio servizio anche in futuro. L'idea è quindi quella di fornire materiale di approfondimento che non si esaurisce nel momento della lettura riducendosi a mero oggetto di consumo, ma un "sussidio" che possa rimanere nel tempo, questo anche pensando ai costi che la regione sostiene per la stampa e spedizione.

Ogni numero ha 32 pagine stampate a colori, la cadenza è trimestrale e la rivista è spedita ai capi.

Negli anni 2010, 2011 e 2012 sono stati proposti i seguenti temi:

NUM.	TEMA	RELAZIONE CON VITA e PROGETTO REGIONALE
Anno scout 2010-2011		
5-2010	COMUNICAZIONE	Il numero rilancia l'importanza della comunicazione in AGESCI secondo le "Linee guida per la comunicazione dell'Associazione" (punto 10.7 atti preparatori C.G. 2009, approvate al medesimo C.G.) e presenta il Progetto Comunicazione e i nuovi strumenti messi a punto per la Regione.
1-2011	SCOUTING	Il numero riprende il tema scelto per i Convegni metodologici di



		settembre 2010 e gennaio 2011 e ne riporta e approfondisce i contenuti.
2-2011	BUON CITTADINO	Il numero affronta un tema centrale del Progetto regionale e cerca di approfondire la figura del Buon Cittadino ("Far crescere nei capi la conoscenza dei 4 punti di B.P. e la capacità di mediarli e renderli attuali, ponendo particolare attenzione a cosa significa oggi essere "buon cittadino") Il numero riporta il sondaggio fatto durante il convegno metodologico su chi è e cosa fa il buon cittadino. Sono stati elaborati 200 questionari.
3-2011	PARTECIPAZIONE ATTIVA	Sulla base di quanto prodotto per il numero sul BUON CITTADINO questo numero complementare mette in luce la fase dell'AGIRE. Rispetto al precedente, il numero è più "concreto" e affronta la dimensione del fare: cosa posso fare tutti i giorni singolarmente e come comunità (in rete). Attraverso newsletter dedicata si è richiesto ai capi gruppo di raccontare le proprie esperienze; alcune di queste sono riportate nel numero.
Anno scout 2011-2012		
4-2011	ACCOGLIENZA IN UNITÀ E INTEGRAZIONE	Il tema è inserito nel Progetto regionale e nel Programma ci è stato chiesto di occuparcene attraverso il Galletto. Si cita testualmente: "Far maturare nei capi una maggiore consapevolezza di cosa significhi accogliere nelle unità ragazzi di altre religioni o atei: • Favorire la comunicazione delle esperienze positive e/o problematiche vissute in regione • Produrre una riflessione condivisa a livello regionale" Il numero è stato l'occasione per promuovere un sondaggio aperto sul sito e per raccogliere e riportare una serie di esperienze che molti gruppi, sollecitati attraverso newsletter, hanno raccontato alla redazione.
1-2012	PROGETTO... ISTRUZIONI PER L'USO	Il numero è tutto incentrato sul nuovo Progetto regionale e riporta il percorso e le riflessioni che lo stanno definendo. Il numero è uscito prima del Convegno metodologico di gennaio 2012 e conteneva gli approfondimenti che hanno guidato il lavoro nei gruppi al Convegno.
2-2012	SUPERARE L'INDIGNAZIONE	Il tema del numero nasce dalla voglia di discernere, dare un senso e cavalcare la forza propulsiva manifestata, in diverse forme, in quello che banalizzando viene definito il fenomeno degli "indignati". Dal 2011 ad oggi, assistiamo a un vento di cambiamento che merita una lettura e una interpretazione in chiave scout per vedere come la cosa coinvolga i nostri capi e ragazzi. Il numero recepisce un'esigenza dei capi di "Promuovere riflessioni su tematiche attuali ed appropriate, conoscerle meglio per poter incidere su di esse" che sarà parte del prossimo Progetto regionale.



IMMAGINE COORDINATA

L'Agesci nazionale ha deciso di cercare di uniformare e coordinare l'immagine dell'Associazione con particolare riferimento alle comunicazioni esterne, regolamentando l'uso dell'emblema e predisponendo allo scopo un manuale per l'"Immagine Coordinata". Sono stati inoltre predisposti, il modello di carta intestata da personalizzare a livello regionale e di singolo gruppo e i files dell'emblema.

Rispetto al tema dell'Immagine coordinata il settore si è attivato per la diffusione delle regole e del materiale anche ribadendolo in newsletter.

INFORMATICA E SEGRETERIA

Ulteriori attività del settore è stato il supporto agli IRO per la riorganizzazione e razionalizzazione delle questioni informatiche della segreteria.

Le attività hanno riguardato:

- posizionamento di un server per archiviazione automatica e protetta di tutti i dati di segreteria;
- impiego di software libero in tutte le occasioni in cui è stato possibile
- sostituzione di un pc obsoleto con un prodotto attuale, scelto all'interno di una gamma ad alta efficienza energetica, a basso consumo e completo di assistenza tecnica triennale sul posto.

Gran parte degli interventi tecnici vengono svolti in teleassistenza, eliminando costi, tempi e inquinamento dovuti alla mobilità.

Non appena verranno risolti alcuni problemi relativi a software obsoleto, i computer della segreteria verranno convertiti completamente con software libero.

GESTIONE INFORMATICA DEI CAMPI REGIONALI PER CAPI E RAGAZZI: BUONACACCIA

È stato adottato come software di gestione dei campi regionali per capi e ragazzi il sistema BuonaCaccia, realizzato dall'Agesci Lazio. La decisione è stata presa dopo approfondita ed attenta valutazione delle altre poche offerte disponibili "sul mercato", delle risorse economiche e di tempo disponibili come settore in regione e dei tempi di sviluppo del software nazionale "Eventi" sulla gestione dei campi. Ad oggi non ci sono stati particolari difficoltà nell'utilizzo di tale programma che a permesso a molti capi di procedere con l'iscrizione totalmente elettronica compresa anche la modalità di pagamento con carta di credito o paypal.

La nostra Regione ha dato un contributo sostanziale nel perfezionare il programma anche riportando le esigenze emerse dagli incontri con la Fo.Ca. : accesso capi campo, gestione iscritti da regioni che non usano buonacaccia, ecc...

In coordinamento con IRO e Fo.Ca. Regionali stiamo supportando il Nazionale nella fase di test del sistema di iscrizioni Eventi.

Sergio Bottigliani (inc. Regionale Comunicazione e Stampa)
Francesco Santini (webmaster e resp. Newsletter)
(25 marzo 2012)