

# COMUNICARE IL CENTRO CIVICO

- Comunicazione per reperire risorse
- Comunicazione per coinvolgere i fruitori
- Comunicazione e Immagine coordinata

## GRUPPO DI LAVORO

Andrea Rossi

Marco Poggioli

Luciano Poggioli

Stefano Cadenabbio

Francesca Poggioli

Silvia Milza

Gianmarco Zanelli

Alessia Chiricò

Nicholas Calza

Michela Migliorini

# COMUNICAZIONE E REPERIMENTO RISORSE

Strumento utile per far sapere che il centro esiste

Esigenza concreta per rendere sostenibile il progetto

## **DUE LIVELLI DI ATTIVITA'**

- SPONSORIZZAZIONI (atto di liberalità)
- ATTIVITA' (scambio, offerta di un servizio)

COMUNICAZIONE E REPERIMENTO RISORSE

# SPONSORIZZAZIONI

Raccolta di denaro per un finanziare un pezzo del centro civico, donazione di oggetti e strumenti per l'organizzazione delle attività

**NECESSARIO un contatto diretto** con i soggetti per valutarne disponibilità e recepire proposte (meglio avere un progetto concreto di cui parlare)

## **Cosa offriamo in cambio?**

Agevolazione fiscale (nuova legge)

Cinque per mille vincolato al centro civico

Riconoscimento pubblico della donazione (targa, mosaico, intitolazione di uno spazio, accendi una stella nel centro civico...)

Agevolazioni per i dipendenti dell'azienda donatrice

Creazioni di servizi (esempio: corso di inglese per i dipendenti) anche a supporto dell'azienda

# ATTIVITA'

Organizzazione e realizzazione di iniziative ed eventi funzionali al reperimento di risorse

## ESEMPI

- Cineforum con una quota di partecipazione per finanziare la creazione di una videoteca
- Concorso "Dona un libro"
- Banchetti di raccolta e scambio di prodotti per il centro civico da allestire nelle feste di paese
- Eventi ad hoc: un evento-contenitore per tutta la giornata destinato a diversi target o eventi su misura per gruppi specifici

ESEMPI: "Un giorno da cani", Cena con delitto, Cena con spettacolo medievale...

# COMUNICAZIONE PER COINVOLGERE I FRUITORI

- Organizzazione di attività ad hoc  
(gli eventi per la raccolta fondi servono anche per far conoscere il centro)
- Coinvolgimento attraverso canali dedicati per raggiungere diversi target

## **CANALI DI COMUNICAZIONE**

- Scuola e insegnanti per bambini, ragazzi e giovani adulti
- Palestra, piscina e società sportiva
- Associazioni e Parrocchia
- Opinion leader (per comunicazione diretta, soprattutto per i ragazzi)
- Strumenti di informazioni a mezzo stampa (locandine, leaflet, sito internet ...)
- Facebook e Comunicazione 2.0 (i fruitori diventano comunicatori del centro)

# COMUNICAZIONE E CREAZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA

**Enucleazione dei valori che identificano la nostra comunità e il centro civico come punto di partenza per creare il marchio e trovare un nome adatto**

## **Legame con il territorio e con la TERRA**

collina, Nure, Vino e Cibo, Grappolo d'uva, Tradizione...

## **Zona di passaggio** (né pianura, né montagna),

crocevia, porta della Val Nure, Scambio

***STRETTOIA (o IMBUTO): da niente a tutto***

## **Relazione e Condivisione**

Comunicazione, Aggregazione, Divertimento, Apertura, Spazio Pubblico

***la PIAZZA che non c'era***

## **Novità**

Proiettato verso il futuro, sviluppo, Elaborazione idee

# COMUNICAZIONE E CREAZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA

Qual è la cosa che identifica Vigolzone più di tutte?

IL ROSSO E IL BIANCO

LA FESTA DEL TORTELLO

LA CHIESA Più BRUTTA D'ITALIA

LA PIZZERIA

IL VINO

IL CASTELLO

LE SCUOLE VECCHIE E NUOVE

IL NURE E LA COLLINA

CARLO BERNAZZANI

E LA FAMIGLIA BURGAZZI

LA PALESTRA E LA PISCINA

LA CLINICA VETERINARIA

CEDRO SECOLARE AL BORGALLO

# COMUNICAZIONE E CREAZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA

**Quale NOME?**

**Il logo potrebbe essere semplicemente una resa grafica del nome...**

**VICUS?**

Acronimo di Vigolzone Cultura e Società  
... ma NON PIACE!

# COMUNICAZIONE E CREAZIONE DELL'IMMAGINE COORDINATA

Possibilità: coinvolgere gli studenti delle scuole superiori  
per studiare il logo del Centro Civico

oppure

Fare un bando aperto ai professionisti