



IL NUOVO VOLTO DELLA COMUNICAZIONE SOCIALE

Lotta alla Povertà

**Our World
Your Community**

uniti per solidarietà

**Irina Yakovleva
Emanuele Mazzi**

Docente: Dott.ssa Simonetta Pattuglia

IL CONTESTO

**Our World
Your Community**

uniti per solidarietà

Povert  mondiale   in costante aumento

Attualmente ci sono 1,2 miliardi di persone che vivono con meno di un dollaro al giorno, mentre circa met  della popolazione mondiale sopravvive con meno di due dollari al giorno. Di questi circa 925 milioni soffrono la fame (erano 1,02 miliardi nel 2009).

Il quadro europeo: quasi 80 milioni di poveri

I poveri in Europa sono quasi 80 milioni. Un abitante su sei. Una persona su otto vive in famiglie in cui nessun componente lavora.

In Italia pi  di 8 milioni di persone in condizione di povert 

Il Ministro Sacconi , il 15 febbraio 2010 in occasione dell'apertura dell'Anno Europeo della lotta alla povert  e all'esclusione sociale, ha puntato il dito contro la principale causa di povert  in Italia:

“La povert  non   solo un problema economico. E' il venir meno di rapporti costitutivi, la mancanza di una rete comunitaria sulla quale poter contare nel momento del bisogno, che porta la persona a scivolare in una situazione di disagio da cui poi   molto difficile uscire...”

OBIETTIVI

**Our World
Your Community**
uniti per solidarietà

- Obiettivo:

Trasmettere nel giovane l'urgenza e la necessità del suo impegno nel sociale per combattere la povertà assieme ad altri giovani come lui.

- Obiettivo Quantitativo:

Raggiungere l'83% dei giovani italiani dai 14 ai 30 anni, ossia circa 9.000.000 di giovani che utilizzano regolarmente un social network
(fonte Censis)

TARGET

- Giovani 14-18 anni con alfabetizzazione informatica, utilizzatori di internet e social network, frequentanti le scuole secondarie.
- Giovani tra i 18-30 con alfabetizzazione informatica, utilizzatori di internet e social network frequentanti le università o lavoratori.

IL MESSAGGIO

- Nell'era delle virtual community e dei social network, c'è una comunità reale che ha bisogno del tuo aiuto, poveri che hanno fame e freddo. Stacciamoci dai computer per aiutare chi ne ha bisogno: "our world is your community".

SVILUPPO DELL'IDEA - 1

Our World
Your Community

uniti per solidarietà

- La campagna avrà il linguaggio tipico del social network e del web 2.0.
- Il giovane dovrà essere attratto da un sistema grafico-logico a lui familiare derivante dall'ambiente interattivo del web 2.0.
- Tutta la comunicazione verterà sul dualismo virtuale/reale: non basta cliccare un bottone su *Facebook*, non basta diventare fan o far parte di una comunità virtuale per migliorare il mondo e per cancellare la povertà, ma bisogna impegnarsi nella vita reale, far parte di una real community di giovani che si impegnano per cambiare la realtà!
- Virtual Community: Virtual Changes;
Real Community: Real Changes.

SVILUPPO DELL'IDEA - 2

- Verranno quindi proposti sui social network, su *Youtube*, e sul sito ufficiale della campagna delle iniziative apparentemente “virtual” che una volta “cliccate” rimanderanno ad un’azione concreta sia essa realizzabile nelle proprie città o più impegnativa come il contatto con associazioni di volontariato nei paesi più poveri.
- La pubblicità tabellare, o televisiva in forma di spot, richiamerà sempre la comunicazione web-based, con grafiche tipiche dei social network per poi chiamare all’azione i giovani nella vita reale.

SVILUPPO DELL'IDEA - 3

- Nel messaggio verrà sempre evidenziata l'idea di **community di giovani** che si impegnano per sconfiggere la povertà con messaggi che stimolano all'azione del tipo: “xmila giovani lo stanno già facendo” o “xmila giovani ti stanno già aspettando” o “scegli l'azione, insieme stiamo cambiando le cose”.

MEDIA MIX

**Our World
Your Community**
uniti per solidarietà

- TV Nazionale (Italia1 – Mtv – Tv Satellitare)
- Social Network (Facebook, Twitter, Myspace)
- Social Media (Youtube)
- Web Site (ufficiale della campagna)
- Affissioni (punti di ritrovo)
- Volantinaggio (punti di ritrovo)

The image shows a Facebook page for the cause 'Povertà'. The page includes a description, a photo of a child, and a list of related posts. An error message box is overlaid on the page, stating: 'Errore: Il Browser non può Cancellare la Povertà'. Below the error message, there is a call to action: 'Per Cancellare la Povertà Occorre il Tuo Aiuto, molti ne parlano, pochi realmente lo fanno, dalla tua scelta dipende la vita di molti. Entra in una Community Reale e Solidale!'. There are two buttons: 'Esci...' and 'Partecipa (Raccomandato)'. In the bottom left corner, there is a logo for 'PUBBLICITA' PROGRESSO' and the text 'Fondazione per la Comunicazione Sociale'. In the bottom right corner, there is a small white figure with the text 'Aggiungiti'.

**Our World
Your Community**
uniti per solidarietà

Aggiungiti

PUBBLICITA' ESEMPIO

L'immagine, richiama ad un'azione effettuata su *Facebook* tramite il click su di un link.

Dopo il click appare un messaggio di errore che stimola il giovane ad uscire dalla virtual community per entrare a far parte di una comunità reale di giovani che si adoperano per cancellare la povertà.

La pubblicità qui proposta sottoforma di immagine per affissioni, può essere facilmente declinata su internet in maniera interattiva, o in uno spot TV.