

CONCLUSA L'INIZIATIVA "VOTA IL VETERINARIO VALDOSTANO DELL'ANNO"

Nel 2011 lanciammo un'iniziativa tra l'ironico e il faceto, ma con un obiettivo comunicativo ben preciso: promuovere la professione veterinaria. Facciamo ora un bilancio di tre anni di interviste agli iscritti e dei risultati raggiunti.

di **Federico Molino**
Presidente Ordine dei Medici Veterinari della Valle d'Aosta

Ogni volta che ci confrontiamo con i colleghi, prendiamo atto che il medico veterinario non dà il giusto valore al suo quotidiano professionale.

La nostra è una categoria autoreferenziale, i medici veterinari non sanno comunicare quello che fanno, non sanno valorizzare le loro professionalità e competenze, soprattutto non riescono a demolire gli stereotipi che da sempre condizionano l'immagine della nostra pro-

fessione.

La nostra comunicazione è spesso poco comprensibile, criptica e ci lamentiamo che "non veniamo capiti"; ma il problema è che non ci sappiamo spiegare.

In questo, i nuovi media e il web 2.0, l'insieme di tutte quelle applicazioni online che facilitano l'interazione tra una piattaforma web e l'utente, forniscono un bouquet di strumenti di comunicazione molto performanti, facili da utilizzare e soprattutto gratuiti.

Essendo il nostro ordine piccolo e con risorse finanziarie limitate, già dal 2002 abbiamo puntato tutta la nostra campagna comunicativa su strumenti

web: il sito web dinamico realizzato in *open source* è affiancato da alcuni anni dalle principali piattaforme social (pagina facebook, profilo twitter, canale youtube), ormai comunemente utilizzate in ambito istituzionale, professionale e sanitario.

Se già dal 2002 gli strumenti erano noti, persisteva il problema dei contenuti.

La nostra comunicazione, come spesso accade a livello nazionale, era un rincorrere notizie altrui, chiedere rettifiche a comunicati imprecisi inerenti la nostra professione, stigmatizzare prese di posizione che ci vedevano coinvolti nostro malgrado o peggio ribadire nostri ruoli e compi-



ENRICA MURARO VETERINARIO VALDOSTANO DELL'ANNO 2011



ANNA CANE VISCONTI VETERINARIO VALDOSTANO DELL'ANNO 2012



MARIE CLAIRE BAL VETERINARIO VALDOSTANO DELL'ANNO 2013

ti in settori occupati da figure laiche che invadevano i nostri campi professionali.

Insomma la nostra comunicazione rischiava di cadere nella sindrome di morettiana memoria: *“Mi si nota di più se vengo e me ne sto in disparte o se non vengo per niente?”* (cit. dal film *Ecce Bombo* di Nanni Moretti).

Durante un Consiglio Direttivo decidemmo quindi di uscire dagli schemi: creare noi le notizie, comunicando quanto facevamo come ordine e valorizzando nel contempo la professione, attraverso la descrizione della quotidianità professionale. Una cosa certamente banale, se non fosse che l'opinione pubblica non sa cosa facciamo e lo stesso vale per i medici veterinari iscritti al nostro ordine: i colleghi si conoscono poco tra di loro e poco sanno delle professionalità degli altri iscritti.

Ci sono infatti diversi modi per descrivere come sia variegata e complessa la professione del medico veterinario, il nostro ordine ha pensato di far raccontare la professione proprio da chi la vive sulla sua pelle quotidianamente: i medici veterinari valdostani.

A partire dal 2011, ogni mese è stato intervistato un medico veterinario valdostano che, con immagini e parole, ha descritto la sua attività, le sue aspettative, le sue sfide quotidiane ed anche i suoi timori professionali. Il cliché collaudato prevedeva 18 domande in stile marzulliano che permettevano all'intervistato di esporsi, se lo voleva e quanto voleva; l'intervista non poneva limiti allo stile, ogni collega poteva raccontare quello che desiderava, senza censure.

L'intervista mensile ai veterinari piaceva, irritava, stimolava e sicuramente costituiva un modo alternativo per descrivere la professione veterinaria e la professionalità di chi aveva voglia e tempo di mettersi in gioco.

Le esperienze professionali dei colleghi intervistati spaziano dalla pratica ambulatoriale, alla cura e ria-

bilitazione della fauna selvatica, dalla gestione di progetti di sviluppo rurale in paesi del terzo mondo, all'attività buiatrica, dalla sanità animale, all'igiene degli allevamenti e delle produzioni zootecniche.

L'elaborato integrale con foto e testo è stato pubblicato ogni mese sul sito web dell'ordine e condiviso sulla pagina facebook e sul profilo twitter. La nostra pagina facebook (oltre 760 fans) è seguita da medici veterinari di tutta Italia, appassionati di animali, persone comuni; il profilo twitter (oltre 270 followers) è seguito da colleghi, enti, istituzioni, uomini politici regionali e nazionali, carta stampata e media.

Come già detto, il web 2.0 permette l'interazione tra l'ordine che co-

OGNI MESE È STATO INTERVISTATO UN COLLEGA CHE HA DESCRITTO LA SUA ATTIVITÀ, LE SUE ASPETTATIVE, LE SUE SFIDE QUOTIDIANE

munica le sue iniziative e l'utente potenzialmente interessato alle stesse: la strategia dell'ordine è consistita quindi nell'assicurare aggiornamenti quotidiani (nulla è peggio di una piattaforma social silenziosa e non aggiornata) e nel mantenere e incrementare lo zoccolo duro di fans e followers (utenti che si sono fidelizzati nel tempo).

Le 37 interviste hanno totalizzato oltre 37.000 visite e per vivacizzare l'iniziativa e renderla ancora più interattiva abbiamo dato la possibilità ai visitatori del sito di votare il veterinario valdostano dell'anno, scegliendolo tra i 12 colleghi intervistati: in pratica ci siamo inventati il sondaggio web **Vota il veterinario valdostano dell'anno**, trovando anche degli sponsors che, in cambio di vi-

sibilità, hanno concesso omaggi ai veterinari vincitori.

Nel 2013 abbiamo infine introdotto una piccola malizia, trasformando il sondaggio in un social sondaggio: chi voleva votare doveva, prima, diventare fan della nostra pagina facebook. In questo modo il sondaggio è diventato virale (cioè veniva condiviso e veicolato dagli stessi utenti) ed abbiamo incrementato al tempo stesso i fruitori delle nostre piattaforme social che ricevono quotidianamente notizie sul mondo animale e sul settore veterinario.

Le ricadute dell'iniziativa e della strategia comunicativa, oltre alla visibilità personale di alcuni colleghi invitati come relatori da altri ordini italiani, ha permesso all'opinione pubblica e a tutti gli iscritti dell'ordine, incluso il presidente, di conoscere professionalità di nicchia ed expertise che non si credevano presenti a livello regionale.

Da allora si è innescato un circolo virtuoso che posso riassumere come segue: le notizie della newsletter mensile vengono riprese ed approfondite dalla stampa locale (cartacea e online) e dalle testate nazionali di categoria; è iniziata una collaborazione con la Rai che, oltre a dare risalto al veterinario valdostano dell'anno, coinvolge periodicamente l'ordine per approfondimenti su tematiche sanitarie (i servizi sono caricati sul nostro canale Youtube); la politica regionale, attraverso la convocazione presso le Commissioni Consiliari competenti e momenti di concertazione con gli Assessori regionali, coinvolge periodicamente l'ordine nella predisposizione delle norme e delle iniziative inerenti i settori di nostra competenza.

Concludo segnalando una nota di colore: le sfide virtuali di questi tre anni sono sempre state tutte al femminile, con tre colleghe veterinarie che si sono battute senza esclusione di colpi per vincere le tre edizioni di **Vota il veterinario valdostano dell'anno**. ■