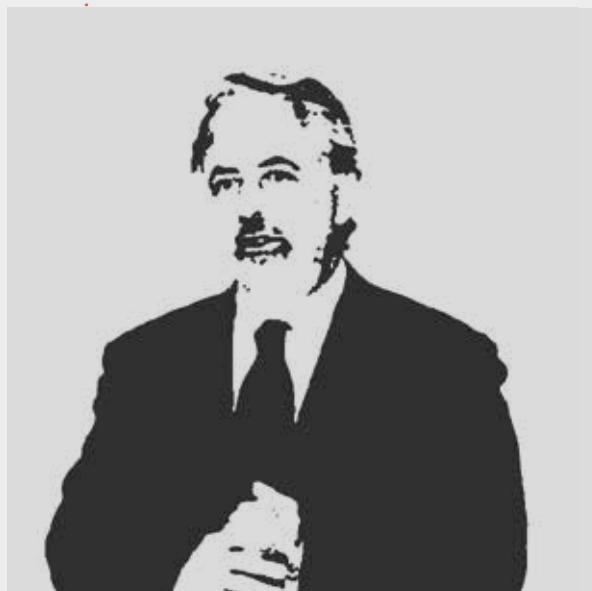


Un piano strategico comunicare la nostra realtà



*Il nostro intento dichiarato
è far conoscere quanto più
efficacemente possibile il mondo
Enpav ai medici veterinari,
offrire loro un nuovo canale
di comunicazione, un ponte
per avvicinarsi ulteriormente a noi*

Fare non basta, se non riusciamo a comunicare quello che facciamo.

Nell'ultimo decennio posso dire, a ragion veduta, che in Enpav c'è stata una rivoluzione, un moltiplicarsi di iniziative con l'obiettivo di dare una risposta alle esigenze dei colleghi stando al passo con i tempi e la realtà della nostra professione.

Ma nei miei incontri con gli iscritti, troppo spesso mi sono reso conto che tante cose non si conoscono, non vanno a segno. Ed è per questo che con il Consiglio di Amministrazione abbiamo deciso di lavorare per migliorare la nostra comunicazione.

I prossimi mesi saranno fondamentali. Stiamo mettendo a punto un piano di comunicazione complessivo che ci permetta di promuovere e valorizzare il nostro Ente e trasmettere in modo efficace i messaggi che vogliamo dare. Il nostro intento dichiarato è far conoscere quanto più efficacemente possibile il mondo Enpav ai medici veterinari, creare nuovi canali di comunicazione, per spiegare in modo chiaro l'offerta dei servizi che l'Ente mette a disposizione a supporto della categoria che rappresenta. Per questo motivo, nei mesi scorsi, abbiamo avviato una sorta di "campagna", chiamiamola pure così, di ascolto. Abbiamo raccolto indicazioni e spunti utili per individuare strumenti, canali e modalità per migliorare la nostra comunicazione e veicolare i nostri messaggi. Non siamo di fronte ad una rivoluzione di mezzi, ma ad una generale ristrutturazione e revisione concettuale certamente sì: i nostri canali consueti sono il portale, la news letter, le mail e la rivista. Siamo consapevoli di dover lavorare per utilizzare questi strumenti

in modo più moderno ed efficace e della necessità di aprirsi verso la frontiera dei social network, per raggiungere quella fascia di iscritti più giovani che con i social interagiscono quotidianamente.

Vogliamo superare un tipo di comunicazione occasionale, spot, per sostituirla con una modalità di comunicazione più immediata, uniforme, coerente e continua, capace di far passare e restituire un messaggio condiviso nel quale si identifichi l'identità dell'Ente.

E proprio in questo senso, come risultato della campagna di ascolto, è emersa la necessità di dotarsi di parole chiave, identitarie, in cui il mondo Enpav e quello che con esso si confronta, possa riconoscersi con maggiore forza e nitidezza, rintracciando e valorizzando un dna comune.

Il piano che andremo a predisporre vuole essere strategico, funzionale ad una visione generale, ma anche alla promozione di temi ad hoc, di quei temi ritenuti centrali e portanti delle nostre attività.

Intanto abbiamo concluso la prima fase del progetto, orientativa, di comprensione di quello che può essere migliorato e modificato nella sostanza. D'ora in avanti passeremo a tradurre in concreto le indicazioni raccolte, a precisare strumenti e modalità di utilizzo. Ci attende un lavoro importante e non più rinviabile.

Ganni Mancuso
Presidente ENPAV