



## Concetto d'informazione

### Funzione

„Non può sussistere durevolmente un solido e mirato lavoro pubblico senza un metodo e un pensiero concettuale.“ (Horst P. Borghs). Il concetto d'informazione è uno strumento di pianificazione che serve ad affrontare e a presentare in maniera completa le diverse mansioni informative all'interno di un progetto. Esso si riferisce sempre agli obiettivi del progetto.

### Elementi del concetto d'informazione

Questi i principali elementi contenuti in un concetto d'informazione.

#### A. Situazione iniziale

<i>Situazione iniziale</i>	Qui si analizza brevemente la situazione iniziale e si riassumono i fatti principali. Dove si situa in questo momento il progetto? Per quale motivo viene allestito un concetto d'informazione (è la prima volta, ce n'è già stato uno, perché viene replicato)? Quali sono i principali presupposti e fattori d'influenza? Quali gli atout, le lacune, le opportunità e i rischi?
----------------------------	--

#### B. Obiettivi e strategia

<i>Obiettivi d'informazione</i>	Dalla situazione iniziale nonché dall'analisi e dagli obiettivi del progetto vengono desunti gli obiettivi d'informazione. Gli obiettivi d'informazione descrivono che cosa si dovrebbe ottenere con l'informazione. Essi dovrebbero essere specifici, misurabili, complessi, realistici e scadenziati nonché avere un riferimento con gli obiettivi del progetto. Tanto più chiaramente sono formulati gli obiettivi, tanto è più facile definire una strategia d'informazione.
<i>Target</i>	Il target è composto dalle persone (chiave) o dai gruppi di persone che dovrebbero essere informati. In riferimento al sistema progettuale, ci sono target <i>interni</i> (p.e. collaboratori, target dell'intervento, persone chiave del setting, dirigenti dell'istituzione preposta, gruppi di sostegno, ecc.) e target <i>esterni</i> (p.e. l'opinione pubblica). Dei target esterni fanno parte anche i mediatori, ossia i moltiplicatori/trici quali ad esempio i media e gli opinion leader.
<i>Strategia d'informazione</i>	"La strategia descrive il percorso verso gli obiettivi" (Andresen). Una volta definiti obiettivi, target e contenuti della comunicazione, si passa alla tappa successiva. A questo punto si tratta di stabilire in che modo contenuti/messaggi possano essere trasferiti al target. Qui sono richiesti approcci creativi e non soluzioni preconfezionate.

#### C. Contenuti

<i>Messaggi</i>	Qui si determina che cosa deve essere comunicato ai diversi target. Di che cosa devono essere messi a conoscenza i diversi target? Che opinione devono farsi del nostro progetto? Quali messaggi devono giungere ai target affinché gli obiettivi di informazione possano dirsi centrati?
-----------------	---

## D. Canali d'informazione

<i>Scelta</i>	Dipende solo ed esclusivamente dagli obiettivi se i target prescelti vengono raggiunti meglio con annunci sui giornali locali, mediante una manifestazione nella piazza del paese o attraverso un mailing diretto.
<i>Esempi</i>	<i>Stampati:</i> rapporto annuale, opuscoli d'immagine sull'istituzione, altri opuscoli, volantini, prospetti, cataloghi, mailing, cartoline postali, ecc. <i>Periodici:</i> newsletter, riviste per i collaboratori o per i clienti, riviste specialistiche, e-letter (newsletter via e-mail), ecc. <i>Pubblicità media:</i> annunci su giornali, riviste, media specializzati; manifesti in area pubblica; spot TV e radio, striscioni, ecc. <i>Manifestazioni:</i> eventi, porte aperte, esposizioni, fiere, simposi, dibattiti, ecc. <i>Lavoro mediatico:</i> comunicati stampa, dibattiti, conferenze, cartella stampa, gita, comunicazione ai media, ecc. <i>Media elettronici e audiovisivi:</i> proiezioni di diapositive, video, DVD, CD-Rom, Internet, film, ecc. <i>Azioni:</i> concorsi, giochi a premi, give-aways, ecc.

## E. Interventi

<i>Pianificazione degli interventi</i>	Gli interventi informativi servono a raggiungere gli obiettivi d'informazione, vengono desunti dalla strategia e si concentrano sui diversi gruppi target. I singoli interventi d'informazione vengono descritti, scadenziati ed eventualmente messi a bilancio. Si determina quindi attraverso quali interventi i diversi contenuti devono giungere ai diversi target, si fissa un orizzonte temporale, si definiscono i mezzi finanziari disponibili e le responsabilità. A tale scopo può risultare utile ricorrere alla tabella di conduzione.
<i>Risorse esterne</i>	Le misure possono essere in parte realizzate individualmente. Talvolta è tuttavia necessario il coinvolgimento di esperti soprattutto per quanto riguarda la realizzazione strutturale

## F. Sviluppo qualitativo

<i>Valutazione</i>	Come gli altri interventi del progetto, gli interventi informativi dovrebbero essere valutati in termini di efficacia. Contribuiscono nella misura auspicata al raggiungimento degli obiettivi prefissi oppure devono in qualche modo essere modificati?
--------------------	--