

**TIZIANO FAZZI**

## **Le strategie di sensibilizzazione e gli strumenti della comunicazione multimediale**

---

### **Introduzione metodologica**

- una visione pragmatica del piano di comunicazione fondata sull'esperienza quotidiana

### **Il media e il messaggio**

La tecnologia non deve diventare un fine o un limite alla diffusione del messaggio.  
La FRUIBILITA' del contenuto, per raggiungere il target in modo efficace

Per SENSIBILIZZARE ed EDUCARE dovremo

- coinvolgere
  - emozionare
  - stimolare la riflessione e la discussione
  - cercare l'interazione
  - favorire l'interiorizzazione del messaggio
- 

Obiettivo prioritario:

RENDERE DESIDERABILE UN COMPORTAMENTO

---

### **Un database per ogni occasione?**

L'esperienza sul campo e la rigidità di alcuni strumenti digitali

---

### **Il Ritmo e lo Stile**

Quale atteggiamento adottare per sensibilizzare?

- Paternalismo
  - Terrorismo psicologico
  - Stimolo alla scelta consapevole e informata
- 

Cos' è il ritmo nella comunicazione?

Cos' è lo stile?

---

QUANTISTICA DELL'INFORMAZIONE

---

COSTRUIRE CURIOSITA':CREARE SPUNTI PER STIMOLARE FREQUENTEMENTE LA RIFLESSIONE.

---

Il caso : La Tribù di Indy genius

### **Stile della comunicazione**

Una scelta di comportamento sostenibile  
per fissarsi nel tempo  
ha bisogno di essere interiorizzata e meditata.

---

### **Le scelte del DJ**

per conquistare coloro che stanno passando

---

Il caso: Madcrash

IL BUDGET è LIMITATO.  
Parola d'ordine: OTTIMIZZARE

### **Fruizione dei media**

ADATTAMENTO DARWINIANO della comunicazione

---

LA MULTIMEDIALITA'  
utilizzo contemporaneo di più media

**La multimedialità  
è suono, immagine, animazione  
è coinvolgimento visivo e sonoro  
NON PASSIVO**

---

Il caso

associazione di idee musicale per intercultura

### **Quali strumenti multimediali abbiamo a disposizione?**

INFINITI  
Il limite è solo la fantasia.

---

Il videoclip e il metodo di rewind  
Il racconto animato  
Il Living Book  
Il sito  
Il moderno teatro dei burattini  
Il simulatore situazionale  
Lo slide show per adolescenti

---

## Quali supporti?

- Web
- CD
- DVD
- Email

Può essere indifferente.

---

## il format OPEN MIND

### *Parte Seconda*

***Come si progetta un piano di comunicazione relativo ad un intervento di educazione ambientale utilizzando supporti multimediali***

---

#### **1) Check List**

- Analisi organica delle variabili

#### **2) Obiettivi: cosa veramente voglio ottenere?**

- Stimolare il cambiamento nei comportamenti
- 

#### **3) Cosa devo dire?**

- USP
- 

#### **4) A Chi è indispensabile arrivare?**

- Fissare le priorità
- 

Porsi sempre  
OBIETTIVI RAGGIUNGIBILI

---

#### **5) Come attirare e coinvolgere il target?**

- Quali linguaggi gli sono più congeniali?
  - Quale stile?
  - Quale mezzo?
- 

#### **6) La multimedialità non vien mai sola**

#### **7) Un piano integrato per la scuola**

---

## 8) Altri modi per affiancare la multimedialità

---

Il caso

Citypass

---

- Una strategia focalizzata
  - Un approccio integrato ai media
  - Un chiaro metodo di distribuzione dell'informazione
- 

## 9) La logistica

i meccanismi di distribuzione dei materiali

---

### 10) Dissemination

- volontari
  - insegnanti
  - medici di base
  - associati
- 

Coinvolgere specifici gruppi di interesse, motivarli e formarli adeguatamente,

Nei bandi UE

---

### 11) Esempi di strategie integrate per target diversi

#### 12) Popolazione attiva

L'autobus multimediale

Incontrare la popolazione dove la popolazione si incontra

---

#### 13) Anziani

La cultura e la creatività intergenerazionale

---

#### 14) Adolescenti

A scuola fino a 16 anni

Il contatto è più istituzionale

Un insegnante motivato e fidelizzato diventa un bene prezioso per il futuro

---

#### 15) Bambini

Il Living Book e

Il caso del Giudice Bidoni

---

#### 16) Famiglie

La mostra plurisensoriale

Il Picture Floor

Le isole parlanti

---

#### 17) Turisti ed escursionisti

L'esempio Pop Art

---

**18) Stakeholders**

Agenda 21 e Tool di condivisione  
Un Forum per un fiume

---

**19) Fiere, corners e info points**

Arpa Lombardia

---

**20) Scuole in fiera**

La commedia elettrica e La macchina riciclona

---

**21) Cittadini**

Come presentare Piani di governo del territorio

---

**22) Qualche considerazione conclusiva**

Cercare l'output  
Misurare la qualità percepita

---

Un esempio finale di strategia integrata  
TREEGGERS