

IL PIANO DI COMUNICAZIONE NEL TERZO SETTORE, METODI E STRATEGIE

*Laboratorio di comunicazione sociale
REGIONE CAMPANIA*

- *Introduzione*

- *Il caso analizzato*

- *Perché il piano di comunicazione*

- *Perché la nostra è comunicazione sociale*
 - o *Il processo affrontato*

- *L'esperienza del laboratorio comunicazione in un articolo redatto dai partecipanti*

- *Il sito internet*

- *L'agenda dei media*

- *Il logo dell'associazione*

Introduzione

La prima volta che ci siamo visti con i dieci partecipanti al laboratorio di comunicazione, per iniziare l'esperienza di fqts, ci siamo studiati un po' a vicenda. Io cercavo di capire quali erano le loro aspettative e il loro grado di conoscenza della materia, loro si aspettavano il trasferimento di nozioni pratiche da esportare e replicare nelle rispettive realtà associative. E' stato facile trovare il punto d'incontro: metterli dall'altra parte della "barricata", fargli vivere l'esperienza di chi vive di comunicazione. Il laboratorio comunicazione della Campania, ha, infatti, affrontato la singolare esperienza di come si appronta un piano di comunicazione per un'organizzazione di Terzo settore. L'aula si è trasformata in una piccola agenzia di comunicazione, la QCC (quadri campania comunicazione) e ha affrontato tutte le fasi di progettazione, programmazione e realizzazione di un piano di comunicazione sociale.

Il prodotto finale è stato la stesura di un piano di comunicazione, supportato da una serie di schede grafiche realizzate dai discenti. L'aula, infatti, è stata divisa in tre settori di competenza (area creativa, amministrazione e ufficio stampa) e i partecipanti hanno lavorato, attraverso la piattaforma di fqts e una mailing list, a singoli pezzi del piano di comunicazione, proprio come avviene in un'agenzia di comunicazione. Attraverso l'esperienza empirica si è cercato di trasferire ai partecipanti al corso l'obiettivo finale: la consapevolezza che la comunicazione è basilare in una organizzazione di terzo settore, cioè che non ci si può improvvisare comunicatori e che è necessaria una struttura professionale per portare a termine determinati processi comunicativi.

L'aula ha preso in esame, lavorando in parallelo con il

laboratorio di progettazione, il caso di un'associazione destinataria di un immobile in provincia di Napoli il cui uso è stato destinato a spazio aggregativo per giovani svantaggiati della zona e immigrati. Si è immaginato che l'associazione chiedesse l'aiuto della nostra agenzia di comunicazione per promuovere l'inaugurazione del centro polifunzionale e per far conoscere le attività dell'associazione.

Il gruppo ha lavorato alla realizzazione di un sito internet, ai contenuti per la pagina internet e le brochure di alla stesura di una mailing lista di media e organi di stampa e l'allestimento di un ufficio stampa.

Il caso analizzato

L'Associazione di Volontariato Manos Blanca nasce nel 2010 nel territorio dell'Agro –Nolano, tra i comuni: S. Felice a Cancellò, Marigliano, Ottaviano e Nola. L'organizzazione è impegnata in azioni per minori a rischio e con disabilità, svolgendo attività quotidiane legate allo studio, allo sport e alla crescita sociale e culturale dei bambini e dei ragazzi dei comuni di riferimento. Tutte le azioni hanno come obiettivo comune la crescita e il sostegno dei bambini, soprattutto di quelli che vivono situazioni di difficoltà nel proprio contesto familiare e sociale. Settimanalmente l'associazione è impegnata in attività di: supporto scolastico per n. 30 bambini elementari e medie dal lunedì al venerdì dalle ore 15.00 alle 18.00. I bambini sono indicati dalle nostre antenne sociali locali (parroco, genitori, conoscenti) scuola calcio per i bambini dai 6 ai 12 anni (maschi e femmine) due volte a settimana (martedì e giovedì dalle ore 15.00 alle 18.00) laboratorio di inglese con Mister Brown, il mercoledì e venerdì dalle ore 15.00 alle 18.00 per i ragazzi dai 10 ai 15 anni, orchestra musicale Manos Blancas, formata da 30 bambini disabili e non. Le prove si tengono una volta a settimana il sabato pomeriggio dalle 16.00 alle 18.00. È disponibile per i ragazzi una piccola biblioteca multiculturale dove fermarsi a leggere e studiare. Le attività si svolgono presso la sede ubicata nei locali del Campo di Polvica. Manos Blanca è formata da 35 volontari, per la maggior parte giovani, che svolgono brevi turni settimanali per le diverse attività dell'associazione. Una striscia di terra divisa in due province e quattro municipalità, unita da un unico interesse: un luogo di gioco, crescita e protezione dei bambini e ragazzi.

Perchè il piano di comunicazione

E' stato scelto come strumento perchè consente di programmare e gestire le azioni di comunicazione per il raggiungimento di specifici obiettivi strategici e di comunicazione dell'organizzazione.

Abbiamo, inoltre, perseguito le tre possibili finalità di un Piano di Comunicazione:

- in primo luogo, quella strategica, in quanto può aiutare l'organizzazione nell'implementazione delle proprie politiche;
- in secondo luogo, la facilitazione della convergenza tra le logiche della comunicazione interna e quelle della comunicazione esterna dell'organizzazione, favorendo quella che si può definire come comunicazione integrata;
- in terzo luogo, quella di incentivare la costruzione di relazioni bidirezionali tra l'organizzazione e i suoi pubblici di riferimento. Si tratta di relazioni consapevoli e costanti nel tempo, non casuali o episodiche, finalizzate alla co-produzione di senso e significati nello scambio comunicativo tra l'ente e i suoi destinatari.

E', infine, perché oltre che come uno strumento di coordinamento di tutti i soggetti, può essere inteso come processo organizzativo.

Perché la nostra è comunicazione sociale

Comunicazione e Terzo Settore, ne abbiamo parlato tantissimo durante il corso, ma cosa differisce un piano di comunicazione sociale da uno di un'azienda o di un ente pubblico?

La definizione che ci siamo dati, o meglio lo scopo da raggiungere è stato, che attraverso la nostra azione di comunicatori, dovevamo aumentare il livello di consapevolezza e conoscenza dei cittadini relativamente a problemi di interesse generale, anche nella prospettiva di modificare comportamenti o atteggiamenti. Per esempio, le attività finalizzate ad avvicinare dei cittadini a norme o servizi; le attività che promuovono valori o diritti; quelle di chi fa rappresentanza socio-economica; o perfino le attività delle imprese quando comunicano qualcosa di non commerciale.

È chiaro quindi che la comunicazione sociale sia un modello di comunicazione non solo appannaggio del Terzo Settore (in cui è però dominante) ma riguarda più in generale enti, ministeri, regioni, comuni, associazioni non profit ed anche imprese private che attuano iniziative di carattere sociale e non direttamente orientate ad un profitto economico. Una cosa è certa. Prevale oggi la tentazione di fare comunicazione sociale con gli stessi strumenti, tecniche e magari uomini (agenzie) con le quali si fa comunicazione commerciale. Come ho letto in un forum, una PR americana, Dorothy Levy ha detto "la sensibilizzazione del pubblico non è un'aspirazione che puoi soltanto agognare, ma è qualcosa che puoi comprare. Tu investi nel tuo tempo, le tue competenze e i

tuoi budget (per consulenti, tipografie e spese per specialisti in comunicazione) e ciò che ottieni per questo è sensibilizzazione”. L’informazione non partecipata (anzi imposta, come negli spot martellanti di una qualsiasi campagna) limita il suo impatto a livello cognitivo.

Non c’è interattività,

Non c’è formazione,

Non c’è adattamento del messaggio a target diversi.

Gli effetti in termini di cambiamento culturale sono piuttosto limitati.

- Il processo affrontato

Il processo di una buona comunicazione sociale, dovrebbe viaggiare quindi su un binario diverso da quello del battage pubblicitario. Il nostro ambizioso obiettivo è stato, infatti, quello di colpire il target non solo sul fronte del sapere (essere informati su un prodotto, un servizio o appunto un’idea) ma anche su quello del saper essere e saper fare:

SAPERE (essere informati: è la tipica modalità con cui si raggiungono gli acquirenti)

SAPER ESSERE (essere motivati e sensibilizzati: soggetti cioè pronti al cambiamento)

SAPER FARE (trasmettere a nostra volta: soggetti che diventano cioè portatori sani di “comunicazione sociale” e spingono la collettività verso il cambiamento).

In aula abbiamo provato a elencare quali potrebbero essere in positivo gli obiettivi di “buone” idee o campagne di comunicazione sociale.

Obiettivi della comunicazione:

- integrare le dinamiche del linguaggio, evidenziare le contraddizioni e risolvere con una logica propositiva
- comprendere un universo complesso costruito con logiche diverse dalla nostra (accesso e scambio di informazioni)
- verificare la realizzabilità di un progetto (aiuta a effettuare scelte e a determinare obiettivi)
- veicolare dei valori: solidarietà, difesa dei deboli e delle minoranze, della bio-diversità, della cooperazione e della stessa comunicazione, ecc.

Quindi sarebbe opportuno:

- informare in modo interessante
- attirare l'attenzione
- investire di più affinché i mass media contribuiscano a formare l'orientamento del pubblico e della società
- aumentare la formazione (può servire come collegamento tra i vari strumenti di comunicazione, fatta in itinere su temi specifici può aiutare ad aumentare le competenze): la formazione è comunicazione.

Ma di quale comunicazione stiamo parlando, ci siamo chiesti e in quale direzione dobbiamo muoverci? Abbiamo trovato davanti a noi almeno due direzioni, comunicazione interna ed esterna:

Comunicazione interna al gruppo che significa “organizzazione” e “democrazia”, (interna ad esempio alla nostra associazione o tra associazioni federate o meno). Allora quali sono o quali almeno dovrebbero e potrebbero essere gli obiettivi della *comunicazione interna* di una associazione?

- consentire al gruppo di raggiungere una opinione comune
- cambiare la propria posizione e il proprio ruolo all'interno del gruppo
- esprimere le proprie emozioni

Comunicazione esterna, (verso il pubblico, le istituzioni, le altre organizzazioni, verso l'arena politica in generale) che è lo strumento centrale di "sviluppo" delle proprie attività.

Continuando nella nostra ipotesi puramente scolastica, di una campagna di comunicazione promossa da e per una Organizzazione non governativa, ci troveremmo quindi di fronte a:

- un target "pubblico interno" - operatori del settore: con una comunicazione che ha l'obiettivo negli addetti ai lavori, di far scaturire un "senso di appartenenza" che renda più stabile l'organizzazione stessa e che sia di aiuto a creare una cultura associazionistica delle ONG.

- un target "pubblico esterno" (associazioni, istituzioni, enti, aziende, ecc.): con una comunicazione tesa a sviluppare l'immagine del sistema ONG come utile in generale alla società e come interlocutore unico, capace di fare lobby e di influenzare l'opinione pubblica su temi di comunicazione sociale.

Insomma, la grande aspirazione di chi si occupa di comunicazione sociale non deve essere quella di piacere a tutti i costi, di essere ammirato per la sua genialità, ma quella di spingere al cambiamento. E questo obiettivo

potrebbe e dovrebbe anche essere misurato: infatti, se nella comunicazione commerciale il successo di una campagna è determinato dall'aumento delle quote di mercato, analogamente il successo delle campagne di comunicazione sociale dovrebbe essere definito in base alla variazione dei fenomeni trattati.

Gli elaborati grafici

Di seguito alcuni elaborati realizzati dai corsisti che si sono misurati, in base alle loro competenze pregresse, in mansioni e lavori che avrebbero svolto all'interno di uno staff di un'agenzia di comunicazione. Come spiegato nelle precedenti pagine il nostro laboratorio si è trasformato in una piccola agenzia di comunicazione per il Terzo settore, quindi ogni partecipante ha assunto un ruolo all'interno dello staff mettendo a disposizione le proprie competenze. Di seguito un articolo giornalistico sull'esperienza di FQTS realizzato a più mani dai corsisti, il sito web dell'Associazione Manos Blanca (NAVIGABILE IN POWER POINT), realizzato dal gruppo "web master e creativi", successivamente la lista dei media da contattare per la presentazione e la consegna dell'immobile affidato a Manos Blanca, realizzata dal gruppo "ufficio stampa e logistica" e il logo dell'agenzia di comunicazione QCC (quadri campagna comunicazione) realizzato dal gruppo "grafici".

L'esperienza del laboratorio comunicazione Campania

Anche quest'anno FQTS ha permesso a 30 partecipanti, appartenenti ad Organizzazioni di Volontariato e del Terzo Settore, di seguire un interessante percorso formativo unico nel suo genere per le realtà del sud Italia. Incontri, laboratori, agorà, seminari per accrescere le conoscenze e le competenze dei quadri dirigenti del Terzo Settore alla luce di quello che accade nell'economia, nella politica e nel sociale nel nostro Paese. Tutto questo dal sud, non più fanalino di coda, ma incubatore di nuove pratiche sociali per un rinnovato sviluppo locale.

L'esperienza ha visto la presenza di 30 partecipanti per ogni regione del Sud Italia: Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia e Sardegna. Gli incontri, tenuti durante tutto il 2012, hanno avuto carattere interregionale e regionale.

I gruppi di lavoro, divisi per regione, sono stati suddivisi in tre ambiti: ricerca, progettazione e comunicazione. Proprio la comunicazione è stato la new entry nel percorso formativo di FQTS, una materia che acquisisce sempre più rilevanza negli anni, utile a rendere visibile agli occhi della collettività le azioni e i risultati del terzo settore.

Ogni gruppo, delle sei regioni, impegnato nella comunicazione ha realizzato un prodotto finale diverso partendo dagli strumenti comunicativi per eccellenza: giornale, mostra fotografica, spot pubblicitario, cortometraggio e qualcun'altro come il gruppo campano ha deciso di spingersi oltre e buttare l'occhio oltre l'orizzonte, provando a realizzare un vero e proprio piano di

comunicazione destinato alla promozione di un progetto sociale. Il gruppo di lavoro, seguito dal docente Walter Medolla, capo redattore del mensile *Comunicare il Sociale* e giornalista freelance per RaiEdu e *Corriere del Mezzogiorno*, ha implementato il percorso comunicativo partendo da un'idea, sospesa tra realtà e immaginazione, per un non - luogo sociale come il Campo di Polvica, diviso tra le province di Napoli e Caserta. Il campo su cui lavorare esiste, la striscia di terra c'è, le associazioni pure e il gruppo di lavoro denominatosi QCC - Quadri Comunicazione Campania ci si è messo a lavorare. Analisi di contesto, obiettivo, target e beneficiari fino alla definizione di un ufficio stampa e dei singoli prodotti come: il sito internet, la brochure e la definizione della giornata di lancio con tanto di testimonial; perchè vicino ad una buona idea non può assolutamente mancare un volto che aiuti a diffondere e promuovere una buona causa.

Ora è arrivato il tempo di raccogliere i risultati scambiandoci un pò di opinioni con i componenti del QCC. Iniziamo con Laura, psicologa, di Caserta che esordisce con: "Un percorso di questo tipo favorisce un buono scambio tra i componenti e mi ha permesso di guardare alla comunicazione sociale in un'ottica diversa. Va bene raccontare quello che si fa in un'associazione, le iniziative, le attività, ma è ancora più importante diffondere le storie di vita che scorrono davanti ai nostri occhi." Si aggiunge Vincenzo Luise, 28 anni, volontario alla Salam House di Napoli: "Concordo con Laura, è arrivato il momento in cui iniziare a raccontare le storie del volontariato e del terzo settore, creando un maggiore senso di coinvolgimento e partecipazione, perchè quando si legge sul giornale o si ascolta una storia in tv nessuno pensi che un

determinato disagio o difficoltà sia un guaio degli altri, ma una problematica di tutta la comunità. E' questo il limite che la comunicazione sociale è chiamato a superare e noi sappiamo da dove iniziare.

di Laboratorio Campania Comunicazione

IL SITO INTERNET DI MANOS BLANCA

Manos Blanca



- Home
- Consulenza
- Portfolio
- Visual
- Multimedia
- Contatti



Manos Blanca Communication su Facebook

Mi piace

Manos Blanca Communication piace a 162 persone.

Guido	Amelie	Paolo	Brambila	Emanuela
Antonio	Airea	Lino	Fabrizio	Flora



Chi siamo

L'associazione

L'Associazione di Volontariato Manos Blanca nasce nel 2010 nel territorio dell'Agro-Nolano, tra i comuni: S. Felice a Cancellò, Marigliano, Ottaviano e Nola. L'organizzazione è impegnata in azioni per minori a rischio e con disabilità, svolgendo attività quotidiane legate allo studio, allo sport e alla crescita sociale e culturale dei bambini e dei ragazzi dei comuni di riferimento. Tutte le nostre azioni hanno come obiettivo comune la crescita e il sostegno dei bambini, soprattutto di quelli che vivono situazioni di difficoltà nel proprio contesto familiare e sociale.

Settimanalmente l'associazione è impegnata in attività di: supporto scolastico per n. 30 bambini elementari e medie dal lunedì al venerdì dalle ore 15.00 alle 18.00. I bambini sono indicati dalle nostre antenne sociali locali (parroco, genitori, conoscenti) scuola calcio per i bambini dai 6 ai 12 anni (maschi e femmine) due volte a settimana (martedì e giovedì dalle ore 15.00 alle 18.00) laboratorio di inglese con Mister Brown, il mercoledì e venerdì dalle ore 15.00 alle 18.00 per i ragazzi dai 10 ai 15 anni, orchestra musicale Manos Blancas, formata da 30 bambini disabili e non. Le prove si tengono una volta a settimana il sabato pomeriggio dalle 16.00 alle 18.00. È disponibile per i ragazzi una piccola biblioteca multiculturale dove fermarsi a leggere e studiare.

Le attività si svolgono presso la nostra sede ubicata nei locali del Campo di Polvica Manos Blanca è formata da 35 volontari, per la maggior parte giovani, che svolgono brevi turni settimanali per le diverse attività dell'associazione.



[Home](#)

Il Campo di Polvica Un Calcio alla polvere

È il nostro progetto

ma soprattutto di tutta la comunità del posto. Una striscia di terra divisa in due province e quattro municipalità, unita da un unico interesse: un luogo di gioco, crescita e protezione dei nostri bambini e ragazzi.

Polvica come polvere, un terreno trasformato dalla nostra associazione Manos Blanca in un campo di gioco per una partita di pallone e la scuola calcio e non solo, una struttura polifunzionale dove svolgere le nostre attività con i ragazzi: compiti a casa, laboratori di inglese e una grande sala prove per l'orchestra dei Manos Blanca, dove tutti possono cantare e suonare indipendentemente dalle proprie difficoltà fisiche e psicologiche.

La striscia di terra che lega i comuni di S. Felice a Cancellò, Marigliano, Ottaviano e Nola è fatta da mani pronte a riprendersi il proprio territorio e al coltivarlo col seme della legalità e del volontariato.

Abbiamo bisogno delle tue mani per operare, delle tue idee per crescere e dei tuoi occhi per andare oltre la polvere!

Il progetto è stato realizzato grazie al contributo della Fondazione con il Sud e il supporto dei nostri testimonial **Ciro Ferrara** **Fabio Cannavaro**, che con la loro Fondazione sostengono le nostre iniziative.



[Home](#)

Contatti

Se vuoi seguire la nostra associazione ed entrarne a far parte, vieni a trovarci.

Per info: volontari@manoblanca.it

Associazione Manos Blanca, via Medolla, Comune di Portici Tel – 123-4567890



Home

Foto



Lab Crea – 33 foto



Compiti a casa – 15 foto



Sicurezza in strada – 22 foto



[Home](#)

Progetti

La nostra associazione sta implementando in questi mesi tre progettualità finanziate da Istituzioni Pubbliche e Organismi privati del terzo settore:

Lab_crea

Il progetto sostenuto dalla Consorzio di Ceramica Vietrese e il Comune di Portici prevede un laboratorio di ceramica per ragazzi dai 16/18 anni che attualmente non hanno concluso il proprio percorso di studi.

L'attività ha come obiettivo limitare situazioni di disagio sociale per i giovani favorendo la conoscenza e l'apprendimento di una pratica artigianale del posto. Settimanalmente si svolgono attività laboratoriali seguiti da momenti di confronto e stage con gli artigiani locali.

A conclusione delle attività il laboratorio prevede la sistemazione di un'area marina del Comune Portici, allestita con i manufatti realizzati dai ragazzi. Il progetto è stato sostenuto da Fondazione con il Sud.

Sicurezza in strada

Promuovere e sensibilizzare la guida sicura dei motocicli. Questo l'obiettivo promosso con il progetto "Sicurezza in strada" promosso dalla nostra associazioni di volontariato, l'istituto tecnico alberghiero e commerciale del comune di Bagnoli e la Motorizzazione e l'ACI di Napoli. Sei percorsi formativi in tre istituti per far conoscere e scoprire ai giovani dai 14/18 anni il pericolo della strada e la guida sicura.

Il percorso si concluderà a maggio 2013 con la manifestazione in piazza "Guida Sicura" dove parteciperà come testimonial d'eccezione del progetto il portiere di un posto al Sole, fiction di Raidue, "Raffaele Giordano".

Compiti a casa

Il progetto svolto in collaborazione con l'Asl di Napoli e il Consorzio dei Servizi Sociali Napoli/1 intende supportare tutte quelle famiglie che vivono situazioni di difficoltà durante la cura dei propri figli affetti da patologie tumorali o particolarmente invalidanti, supportandoli nell'attività pomeridiana di studio e apprendimento.

Il progetto ha preso avvio nel mese di ottobre 2012 per terminare a maggio 2013.

I bambini vengono supportati durante le fasi di studio quotidiane durante i momenti di cura e di visita.

[Home](#)

Collabora

Collabora & Partecipa

In questa pagina trovi opportunità ed informazioni per partecipare a Manos Blanca come volontario, svolgere attività di servizio civile o collaborare professionalmente.

Il Volontariato

Essere volontario significa aiutare a crescere l'Associazione: le persone che partecipano, il tuo territorio, le nostre idee. Puoi rimanere in contatto via internet, frequentando il sito, iscrivendoti alla newsletter, contribuendo con idee alle attività. Oppure puoi esserci! Non è necessario dedicare molto tempo. Diventare volontario è possibile anche avendo a disposizione poche ore alla settimana. Chi invece ha più tempo libero e/o può garantire un impegno maggiore, ad esempio attraverso il volontariato con i bambini, a cui si accede dopo colloquio e un percorso di collaborazione e formazione. Per collaborare con noi puoi farlo semplicemente, segnalandocelo con [questo form](#).

Il Servizio Civile

L'Associazione Manos Blanca è convenzionata con l'Ufficio Nazionale per il Servizio Civile per l'impiego di ragazze e ragazzi volontari presso progetti attivati, in base alla Legge 6/3/2001 N. 64: "Istituzione del Servizio Civile Nazionale". In questa pagina pubblichiamo i progetti di servizio civile presentati ed approvati. Per maggiori informazioni puoi accedere alle pagine istituzionali dell'Ufficio Nazionale del Servizio Civile.

Attualmente non ci sono bandi approvati. Per rimanere informato puoi passare a trovarci o iscriverti alla nostra [newsletter](#).

Le Collaborazioni Professionali

L'Associazione Manos Blanca si avvale, per lo svolgimento delle attività di volontariato di diverse figure professionali. I professionisti operano in gruppi di lavoro dinamici che interagiscono attivamente. Per collaborare con noi puoi farlo semplicemente, segnalandocelo con [questo form](#).

[Home](#)

CONTATTI MEDIA PER UFFICIO STAMPA

MATRIX MEDIA TARGET	TESTATE			ATTIVITA' & REPORT			
	TESTATA	CONTATTO	RECAPITI	CALL GG/MM	COMUNICATO GG/MM-ID	RECALL GG/MM	RASSEGNA
TV	TGR CAMPANIA		Tel.: +39 081 72 51 999 Mail: tgrcampania@rai.it	___	___ - ___	___	
	JULIE NEWS		Tel.: +39 081 198 11 600 Mail: redazione@julienews.it	___	___ - ___	___	
	TELEREGIONE CAMPANIA		Tel.: +39 0823 58 15 11	___	___ - ___	___	
	NAPOLI CANALE 21		Tel.: +39 081 762 39 90 Fax: +39 081 762 39 93 Mail: redazione@canale21.it	___	___ - ___	___	
	TELE PRIMA CASERTA		Tel. +39 0823 46 01 44 Fax: +39 0823 187 08 09	___	___ - ___	___	
	CANALE 8		Tel.: +39 081 554 79 99 Fax: +39 081 260069 Mail: redazione@canaleotto.it	___	___ - ___	___	
INTERNET	IL NOLANO . IT		Tel.: +39 393 93 20 390 Fax: +39 081 19 30 87 63 Mail: redazione@ilnolano.it	___	___ - ___	___	
	LA GAZZETTA CAMPANA		Tel.: +39 081 823.64.40 Fax: +39 081 823.64.40 Mail: info@lagazzettacampana.it	___	___ - ___	___	
	InSOMMA.IT		Mail: info@insomma.it	___	___ - ___	___	
	METROPOLISWEB		Tel.: +39 081 199 70 504 Fax: +39 081 86 21 865 Mail: segreteria@metropolisweb.it	___	___ - ___	___	


Formazione Quadri
Terzo Settore

	MARIGLIANO.NET		Tel.: +39 339 87 58 062 Fax: +39 06 892 81 644 Mail: redazione@marigliano.net	___	___ - ___	___	
RADIO	RADIO ANTENNA CAMPANIA		Mail: info@radioantennacampania.it	___	___ - ___	___	
				___	___ - ___	___	
				___	___ - ___	___	
STAMPA	REPUBBLICA NAPOLI		Tel.: +39 081 49 81 11 Fax: +39 081 49 82 85 Mail: napoli@repubblica.it	___	___ - ___	___	
	IL MATTINO		Tel.: +39 081 79 47 111 Mail: redazioneinternet@ilmattino.it ; Mail: appuntamenti@ilmattino.it ;	___	___ - ___	___	
	CORRIERE DEL MEZZOGIORNO		Tel.: +39 081 760 20 01 Mail:				
	METROPOLIS	Redazione NORD					
	COMUNICARE IL SOCIALE			___	___ - ___	___	
	IL ROMA			___	___ - ___	___	
	NAPOLI CITTA' SOCIALE			___	___ - ___	___	
	IL DENARO						
ALTRO	BLOG LA VOCE DEL NOLANO		Mail: lavoceदनolano@gmail.com	___	___ - ___	___	
	BLOG RETE COMUNI - NOLA		Inserimento AUTONOMO	___	___ - ___	___	



fq^{sud} **Formazione Quadri**
Terzo Settore

AGENZIE	DIRE - REDATTORE SOCIALE	Tel.: +39 06 326 51 252 Fax: +39 06 979 966 23 Mail: redazione@redattoresociale.it ; Mail: nocerinomaria@gmail.com ;				
	Adn Kronos	Tel.: +39 02 763 661 Fax: +39 02 784 304 Mail: utenti.immediapress@adnkronos.com	—/—	—/— - —	—/—	
	ANSA	Tel.: +39 06 677 41 Fax: +39 06 677 46 38 Mail: redazione.internet@ansa.it				
	AGI	Tel.: +39 06 519 961 Fax: +39 06 519 96 36 2-6-7 Mail: segreteria.redazione@agi.it				
	Asca	Tel.: +39 06 36 14 84 311 Mail: agenzia@asca.it				
	Italpress	Tel.: +39 091 58 96 74 Fax: +39 091 32 94 62 Mail: mezzogiorno@italpress.com				

fq^{sud}
Formazione Quadri
Terzo Settore

IL LOGO DELLA NOSTRA AGENZIA



QCOMUNICATION
Quadri Campania Comunicazione

CI METTIAMO
LA FACCIA

LA NOSTRA
AGENZIA DI COMUNICAZIONE
PER IL TERZO SETTORE

fq^{sud}
Formazione Quadri
Terzo Settore

FORUM
Forum Terzo Settore

FORUM
Forum Terzo Settore
Consulta Nazionale
Volontariato

ConVoi
Conferenza Permanente Presidenti Associazioni
e Federazioni Nazionali di Volontariato

CSVnet
COORDINAMENTO NAZIONALE DEI CENTRI DI SERVIZIO PER IL VOLONTARIATO