Essere volontari è davvero alternativo (di Andrea Sottero)

Una campagna pubblicitaria azzeccata, il Marketing lo insegna, può essere uno dei fattori chiave per il successo di un prodotto o un servizio. Da qui l'idea che una comunicazione forte e accattivante (qualunque sia il mezzo che si utilizzi per renderla tale) possa servire a diffondere in modo efficace qualsiasi tipo di messaggio. La realtà dei fatti, ovviamente, è spesso differente. L'obiettivo mancato di certe "pubblicità progresso", è lì a dimostrarcelo.

Se poi le pubblicità mirano a sensibilizzare i giovani a impegnarsi in progetti di volontariato, la sfida è davvero complessa. Per l'oggetto, ma soprattutto per il target a cui ci si rivolge. I tentativi negli anni sono stati diversi, ma non sempre hanno sortito gli effetti sperati.

L'idea del Coordinamento Centri Servizi Volontariato della regione Emilia Romagna non è quindi nuova. Tuttavia, la campagna di comunicazione "Say Yes", pensata e realizzata dall'agenzia Wells di Bologna, ha sulla carta tutte le caratteristiche per avere successo: è capillare, si avvale dei canali maggiormente utilizzati dai giovani – compresa la rete dove si presenta con un intero portale dedicato sayes.altervista.org – e utilizza volutamente un linguaggio "giovane". Coloratissimi cartelloni pubblicitari, adesivi, circa 10 mila cartoline con il logo "Say-Yes" affiancano uno spot che verrà trasmesso in 150 sale cinematografiche.

Guardando lo spot, però, vengono i primi dubbi: davvero bastano immagini rappresentative delle attività di volontariato più comuni, una base di musica techno-rap-new age e una

Phoca PDF

frase slogan alla fine (peraltro recitata in modo nemmeno troppo convinto) per attirare l'attenzione dei giovani e invogliarli a donare un po' del loro tempo e delle loro energie? Il mix di ingredienti presenti nel video sarà sufficiente a far passare il messaggio "essere volontari è davvero alternativo"? (ammesso naturalmente che per i giovani alternativo sia sinonimo di accattivante…)

L'impressione è che sia un ottimo spot per presentare l'iniziativa a chi già fa parte della "grande famiglia dei volontari"; a chi, cioè, ha già fatto la sua scelta e semplicemente si riconosce nella campagna di comunicazione. Saranno naturalmente i numeri (che i CSV della Regione non mancheranno di registrare) a dire chi aveva ragione.

Più azzeccato potrebbe invece essere il concorso "Say-Yes: video, radio e sms per il volontariato", rivolto ai giovani dai 18 ai 30 anni residenti o domiciliati nella Regione e aperto fino al 31 Gennaio 2009.

L'idea è di fare realizzare ai partecipanti brevi spot che promuovano l'iniziativa solidale tra i giovani. Sono tre le categorie premiate (video, radio e sms per l'appunto) e a giudicare la creatività messa in gioco sarà una giuria popolare: tutti infatti, dopo aver visto le opere inviate, possono esprimere il proprio voto sul sito www.say-yes.it.

Anche in questo caso l'idea non è assolutamente delle più originali, ma in altre campagne che avevano i giovani per protagonisti ha avuto un certo successo. In questo caso, poi, i premi in palio sono davvero interessanti: 6 Apple iPhone e 3 macchine fotografiche digitali.

Perché fare volontariato fa bene, parlarne è utile… ma gli appetiti vanno comunque un po' stuzzicati!

Phoca PDF