

Intendiamo lavorare sull'area della creatività e delle tecnologie in relazione alle attività di Sintel e con una decisa attenzione ai temi dell'intervento uomini/macchine, all'Intelligenza Artificiale e alle dimensioni individuale/collettivo. Per questo pensiamo alla ricostruzione di un Piano Formativo sulla Comunicazione che parta dalla lettura dei bisogni e dalla domanda di formazione delle diverse platee a cui verrà dedicato, alla valorizzazione di percorsi formativi e di laboratorio che prevedano sempre modalità e metodi per sviluppare attività di gruppo. *Feniamo comunque di realizzare anche attività e percorsi con platee disomogenee che spesso costituiscono un valore in sé e permettono di cogliere nessi e sviluppi interessanti.*

IL CICLO DELLA FORMAZIONE
 Il Progetto sulla Comunicazione propone una serie di investimenti e di scelte molto impegnative. Partiamo dall'idea di rispondere alle sfide e ai cambiamenti che affrontiamo con un massiccio investimento nella formazione sindacale per adeguare e rafforzare le nostre capacità comunicative e più in generale la loro efficacia. Ogni progetto e area d'intervento presuppone una fase di riflessione strategica e cambiamento organizzativo in una logica di sperimentazione e verifica degli effetti delle nostre attività, dei processi di formazione e cambiamento, anche attraverso il monitoraggio e l'accompagnamento di piccoli gruppi coinvolti nelle sperimentazioni organizzative.



PIANO FORMATIVO PER SVILUPPARE E MIGLIORARE STRUMENTI E STRATEGIE COMUNICATIVE

a cura dell'Ufficio Formazione e dell'Ufficio Comunicazione della CGIL Lombardia

Un particolare ringraziamento a Marco Cattaneo, creatore del Maledetto Papero della copertina.



1e2 REGOLE E PRIVACY

Valgono per tutti i destinatari e possono anche essere trattati insieme.

Possibile produrre brevi video da utilizzare nei diversi contesti formativi.

Sul primo punto abbiamo già previsto un coinvolgimento di Collettiva e dei comunicatori delle altre strutture regionali territoriali, di categoria e delle tutele individuali.

3 SOCIAL

Per **A)** aggiornamento continuo (vedi tema 11).

Per **B)** e **C)** gestione del profilo istituzionale + gestione del proprio profilo personale + strumentazione tecnica + tipo di contenuti da veicolare + linguaggio.

Per **D)** gestione del profilo RSU/RSA/RLS/CAE + gestione profilo personale + tipo di contenuti da veicolare + linguaggio.

4 SITI

Per **A)** corso specifico su strumentazione tecnica.

Per **B)** e **C)** quando avere un sito e perché + impostazione e gestione + contenuti da veicolare + strumentazione tecnica + linguaggio.

Per **D)** Integrare quelli che effettivamente vogliono/possono avere un sito nel percorso già previsto per **B)** e **C)**.

5 NEWSLETTER

Per **A)** corso e aggiornamento continuo.

Per **B)** e **C)** varie tipologie di newsletter + quando adottarle e perché + come si fanno (varie modalità) + strumentazione tecnica + tipo di contenuti da veicolare + linguaggio.

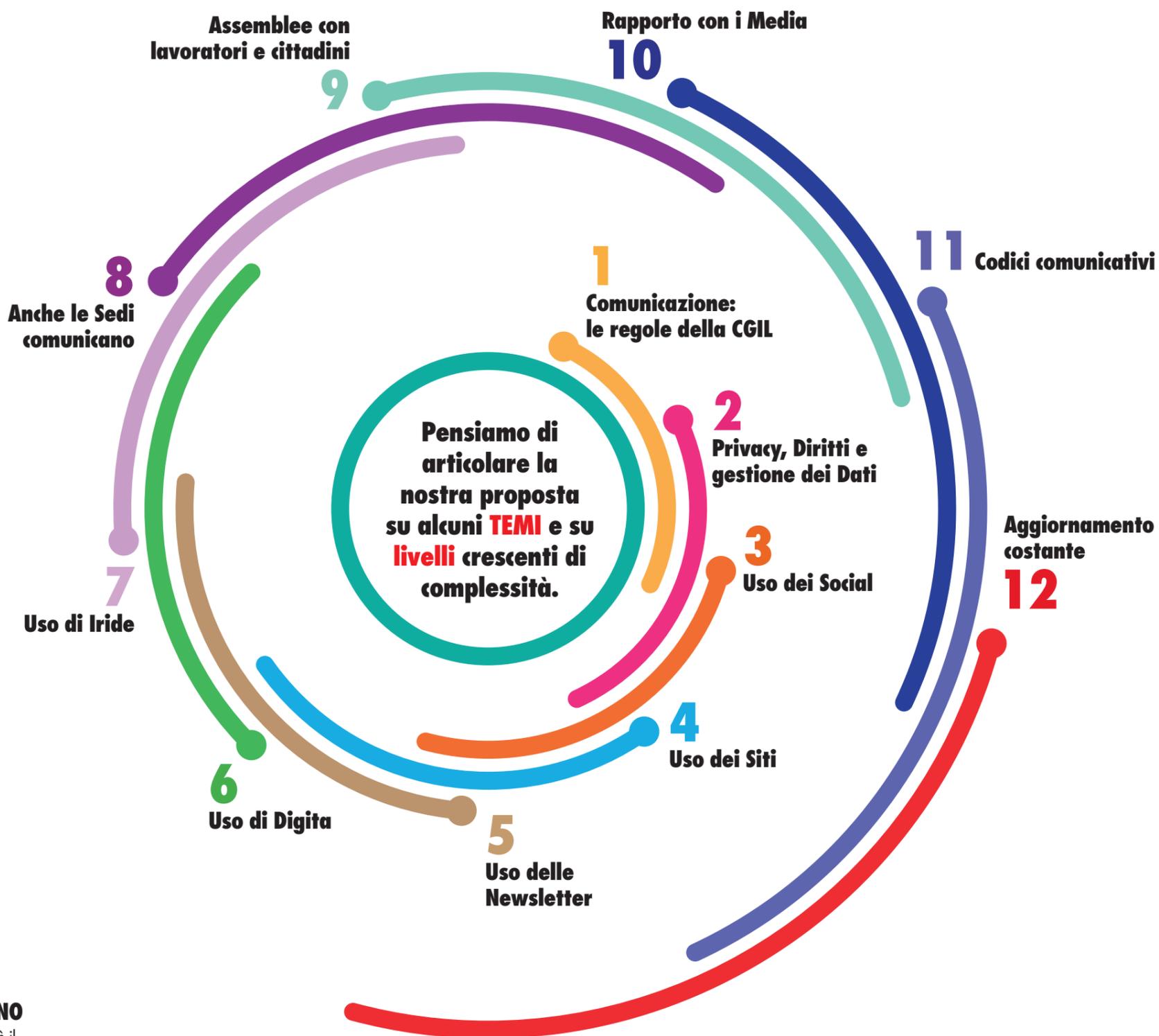
Per **D)** gestione del profilo RSU/RSA + gestione profilo personale + tipo di contenuti da veicolare + linguaggio.

6e7 DIGITA+IRIDE

Per **A)** conoscenza e possibile utilizzo per l'attività di Addetti Stampa.

Per **B)** e **C)** conoscerli + imparare ad usarli + imparare ad integrarli con i propri contenuti.

Per **D)** conoscerli + imparare ad usarli.



8

LE SEDI COMUNICANO

Partiamo dalle domande: cos'è il territorio? qual è il rapporto tra territorio e formazione?

Per **C)** (Categorie Regionali) e **B)** gestione e costruzione spazi interni + contenuti da veicolare + strumenti utilizzabili.

Per **C)** (Camere del Lavoro e sedi territoriali) Strategia comunicativa degli spazi e su strada + tipo di temi da veicolare + come + strumenti utilizzabili + linguaggio.

Per **D)** gestione delle bacheche e degli spazi RSU (dove esistono) + strumentazione fisica + strutture di base e linguaggio.

9

ASSEMBLEE

Per **B)**, **C)** e **D)** Assemblee in presenza e virtuali (strumenti, gestione, preparazione) + comunicazione assertiva, parlare in pubblico + scaletta + materiali di supporto (video, multimediali) + linguaggio (anche con addestramento).

10

RAPPORTI CON I MEDIA

Per **A)** percorso ad hoc progettato e realizzato sulla base delle specifiche esigenze delle persone coinvolte.

Per **B)**, **C)** e **D)** impostare il rapporto con i media + contenuti + come proporli + scrivere per i media + parlare nei media (audio e video).

(Possibile riprendere le attività di Aggiornamento Professionale per Giornalisti e Pubblicisti in collaborazione con l'Ordine, eventualmente aperto anche ad esterni).

11

CODICI COMUNICATIVI

Questo tema è presente trasversalmente nei percorsi comunicativi e nei temi precedenti; in particolare: contenuti da veicolare + strumenti tecnici + linguaggio.

Prevediamo uno specifico percorso di **scrittura creativa** da implementare sulla base delle sperimentazioni e dei corsi già realizzati.

12

AGGIORNAMENTO COSTANTE

Per **A)** appuntamenti periodici: aggiornamenti teorici + regole nuove + temi sindacali all'ordine del giorno. L'idea è di un laboratorio aperto alla collaborazione non episodica di esperti, social media manager, DPO e legali.