

La campagna informativa UBI 8x1000 per il 2014

E' stato predisposto un piano di comunicazione orientato all'informazione su scala nazionale e alla cooperazione con i Centri Associati all'UBI nonché alla creazione di un rapporto collaborativo con i soggetti più sensibili alla ricezione del messaggio buddhista.

Sono state messe in atto strategie di comunicazione quali la promozione via web, un coordinamento dei Centri Associati che in parte hanno risposto attivamente, il contatto con i media e l'apertura al dialogo con quelle realtà (soggetti, istituzioni, enti, associazioni no profit e onlus) che si riconoscono nei valori comuni della solidarietà, dell'aiuto e della compassione, l'organizzazione di eventi sia in relazione al tema dell'8x1000 che all'approfondimento di argomenti connessi alla presenza sempre più attiva dei buddhisti in Italia.

La campagna ha avuto costi contenuti nell'ordine di 30 mila euro.

Azioni

Per quanto riguarda la promozione via web sono stati realizzati numerosi video caricati sul sito ufficiale dell'Unione Buddhista Italiana "www.buddhismo.it" e sulla piattaforma digitale "YouTube", caricati anche su Facebook (pagina ufficiale UBI e gruppo). Se ne riportano i titoli:

"Otto per mille all'Unione Buddhista Italiana – Un gesto per creare felicità condivisa"

"UBI – otto per mille – come firmare"

"Destinare l'otto per mille all'UBI: creare nuove possibilità per chi è alla ricerca"

Shobozan Fudenji: un contributo alla società italiana.

Storie di Dharma: il Monastero Santacittarama

Storie di Dharma: Yeshe Norbu, generazione tra due culture

"Pillole di testimonianza : Meditazione nelle carceri: Alessandro aiuta gli uomini di San Vittore a Milano"

"Pillole di testimonianza – Hospice: vivere la vita anche quando la vita finisce".

"Pillole di testimonianza – Nessuna infanzia va dimenticata"

"Pillole di testimonianza - Diversamente marina"

Sul sito dell'Ubi, in homepage, è stato reso evidente con banner , logo e slogan il tema della campagna e inoltre è stata aperta una sezione otto per mille specifica in grado di informare sulla nuova opportunità e sulle diverse esperienze maturate dai centri e dalle Onlus collegate nei campi del sociale, umanitario e culturale , trailer per i futuri progetti finanziabili con l'OPM

E' stato prodotto un logo, materiale informativo cartaceo e gadget che sono stati inviati a tutti Centri, unitamente al materiale informativo in formato elettronico, versione pdf del depliant e banner, per la diffusione materiale e sulla home page dei propri siti.

Il materiale informativo elettronico è stato inviato, altresì, a destinatari selezionati in base alle proprie finalità istituzionali e alla capacità di recepire il messaggio del Dharma o scelti in relazione al loro potenziale interesse nei confronti delle iniziative promosse dall'UBI (800 soggetti collettivi)

L'informativa è stata anche inviata a quelle realtà istituzionali collegate in varia maniera alle religioni cattolica, valdese, ebraica, islamica e induista, quali università, centri culturali, ordini religiosi, comunità e i monasteri (500 entità).

Nel mese di aprile sono stati avviati contatti con radio e televisioni locali delle cinque regioni in cui la presenza buddhista è maggiormente rappresentativa (Lombardia, Lazio, Toscana, Piemonte e Veneto), con l'invio di comunicati stampa e successive recall.

In occasione della visita di S.S. il Dalai Lama a giugno a Livorno è stato allestito un punto informativo in cui sono stati veicolati i materiali e i gadget, nonché si sono fornite informazioni alle migliaia di persone che si sono avvicinate .

Nel corso dell'anno sono stati organizzati i seguenti eventi, in cui è stata presentata l'Unione e l'impegno sociale dei suoi Centri

“Lo sguardo del Buddha – Espressioni dell'arte buddhista in Italia: Poesia, Musica, Video” - performance musicale, accompagnata da immagini e poesie - evento ideato e organizzato in collaborazione con il Centro Studi Cappella Orsini e svolto in occasione delle celebrazioni del Vesak 2014

“Costruire sentieri per il nostro tempo – Le ricadute antropologiche della crisi” - convegno di dialogo tra buddhisti e cristiani promosso dall'UBI e dalla CEI, svoltosi a dicembre presso la Pontificia Università Urbaniana in Roma

Feedback (dati rilevati al 4/12/2014):

- Sito UBI www.buddhismo.it. 100.000 visitatori da metà febbraio 2014, in linea con i dati precedenti.
- Facebook. Il totale delle attività (commenti, condivisioni e “like”) pubblicate su Facebook dal mese di aprile 2014 ammonta a 55.840 interventi. I video caricati hanno fatto registrare circa 32.000 visualizzazioni. Non si dispone di dati per il 2013, anno in cui esisteva la sola pagina di gruppo che non permette il rilevamento statistico.
- Youtube. I video caricati hanno fatto registrare 8.200 visualizzazioni complessive. (nel 2013 l'unico video presente sul nostro canale - relativo al Vesak di Milano - aveva avuto 600 visualizzazioni).

Sui media la campagna ha avuto una limitata eco. La notizia, infatti, è stata lanciata da alcune realtà locali, non rappresentative del sistema dei media locali, seppure significative per il profilo di chi l'ha mandata in onda come ad esempio dal telegiornale locale di Granducato Tv Toscana e dal TG7 Nord Est di Telepadova. La rivista “Adista”, nel numero di aprile ha pubblicato l'articolo di Ingrid Colanichia “*Otto per mille: come le nuove religioni spendono i fondi dello Stato*”; la rivista “Terra Nuova Edizioni” ha condiviso sulla propria pagina facebook alcuni contenuti dell'8x1000 e delle attività intraprese dall'UBI; il quotidiano online “L'Avanti!” ha pubblicato a febbraio l'articolo “*Il Buddhismo in Italia, una realtà viva e in crescita*” descrittivo della situazione attuale della religione buddhista nel nostro Paese dopo il riconoscimento dei diritti civili dei credenti e dei praticanti sanciti dalla legge 31 dicembre 2012 n.245 e il ruolo svolto dall'UBI.

L'evento “*Lo sguardo del Buddha*” è stato segnalato dal programma televisivo “Buongiorno Regione” e dal “Televideo Rai” in “Culture”. “La Repubblica.it” in Cronaca di Roma ha pubblicato l'articolo “Lo sguardo del Buddha, la kermesse artistica sulla realtà del Buddhismo in Italia” e una gallery fotografica. Ulteriori segnalazioni dell'evento sono apparse su: “Il Tempo” edizione cartacea in Cronaca di Roma, “Libero.it”, “Roma multietnica”, “Roma in un click”, “Comunicati.net”, “Affari web”, “Joy Life.it”.

E' da registrare, infine, che il 75% dei centri associati (30 su 42) ha risposto alla domanda di sensibilizzazione e sostegno alla campagna 8x1000 operando sui propri siti e/o in occasione di eventi o produzioni di materiali video.