

TRASCRIZIONE

# Minipodcast: Community building

Prima di parlare di community building dobbiamo fare un passo indietro parlando di community economy, una delle evoluzioni forse più interessanti della sharing economy (ovvero l'economia della condivisione).

La community economy è un modello economico che si basa sull'interazione e sulla collaborazione tra i membri di una comunità per generare valore economico e sociale. Questo approccio si concentra sulla creazione di relazioni forti e fiducia reciproca tra gli attori coinvolti, come consumatori, produttori, imprenditori e organizzazioni. L'obiettivo principale della community economy è quello di promuovere la prosperità e il benessere collettivo attraverso l'interazione e la condivisione di risorse, conoscenze e competenze.

Ma torniamo a noi. Nell'era digitale in cui viviamo, il concetto di community building, ovvero la creazione e la crescita di comunità online e offline, sta guadagnando sempre più rilevanza. Le comunità svolgono un ruolo fondamentale nel fornire un senso di appartenenza, nell'incoraggiare l'interazione tra le persone e nell'agevolare lo scambio di idee e di conoscenze al fine di creare comunità resilienti e coinvolgenti.

Le comunità rappresentano un luogo in cui le persone possono connettersi su interessi comuni, valori condivisi o obiettivi simili. Esse offrono un ambiente in cui le persone si sentono comprese, supportate e motivate. Le comunità possono essere basate su diversi aspetti, come l'area geografica, il settore professionale, gli hobby, le passioni o le cause sociali.

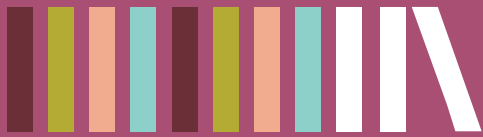
Indipendentemente dalla natura della comunità, il suo scopo fondamentale è quello di favorire l'interazione tra le persone e creare un senso di appartenenza.

Se ci pensiamo bene siamo sempre stati parte di una comunità anche prima dell'introduzione di questi inglesismi: eravamo una comunità o ci sentivamo parte di una comunità perchè eravamo nati in un certo luogo, perchè vivevamo in un certo quartiere, perchè credevamo ad una certa religione. E oggi lo siamo ancora di più: ci sentiamo parte di una comunità quando abbiamo un interesse comune, quando lottiamo per interessi simili o per rivendicare un certo diritto, quando ci troviamo a vivere una stessa situazione o uno status.

Non ci vogliono requisiti particolari per entrare in una comunità. Basta condividere la stessa passione, condizione, pratica, o lo stesso territorio. Allo stesso modo siamo legittimati di cambiare idea sull'essere o non essere più parte di una comunità o sull'essere parte di più comunità diverse.

Requisito fondamentale per poter parlare di comunità però è la condivisione di un valore: uno scopo comune per il quale i membri del gruppo sono disposti ad aiutarsi reciprocamente, se accolgono i nuovi arrivati, se rispondono a chi chiede consiglio, se scambiano informazioni, idee, competenze.

Strategie per costruire comunità resilienti e coinvolgenti



TRASCRIZIONE

# Minipodcast: Community building

**Identifica il tuo scopo:** Prima di costruire una comunità, è fondamentale identificare l'obiettivo o il proposito che la guiderà. Questo scopo dovrebbe essere chiaro, coinvolgente e rispondere alle esigenze delle persone che desideri coinvolgere. Ad esempio, se stai creando una comunità online sul tema della disabilità, il tuo scopo potrebbe essere quello di fornire un luogo in cui le persone possano condividere le proprie esperienze e conoscenze, dando spazio a chi desidera essere accolto e compreso, ma anche fornendo strumenti utili.

**Creare spazi di interazione:** Sia che tu stia costruendo una comunità online o offline, è essenziale creare spazi in cui le persone possano interagire tra loro. Questi spazi possono includere forum online, gruppi su piattaforme social o incontri di persona. Assicurati di promuovere l'apertura e l'inclusione, incoraggiando tutti i membri a partecipare attivamente e a condividere le proprie esperienze e opinioni.

**Fornire valore:** Una comunità coinvolgente si basa sulla fornitura di valore ai suoi membri. Ciò può essere fatto attraverso la condivisione di informazioni utili, l'organizzazione di eventi o workshop tematici, o l'offerta di risorse e opportunità di crescita. Cerca di capire le esigenze dei membri e di fornire contenuti e servizi che li aiutino a raggiungere i propri obiettivi o soddisfare i loro interessi.

**Coltivare la fiducia e il rispetto reciproco:** La fiducia e il rispetto sono elementi fondamentali per una comunità resiliente.

Ma perchè dovremmo creare delle comunità, bhè per diversi motivi:

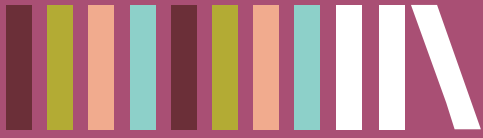
Le persone hanno bisogno di sentirsi parte di qualcosa di più grande. Essere parte di una comunità permette di stabilire connessioni sociali significative e durature con altre persone che condividono interessi, valori o obiettivi simili.

Le comunità offrono un ambiente in cui le persone possono trovare supporto emotivo, pratico e motivazionale. In una community, i membri possono condividere le proprie esperienze, fornire consigli, offrire risorse e incoraggiare gli altri a raggiungere i propri obiettivi.

Le comunità fungono da piattaforme per lo scambio di idee, esperienze e conoscenze. I membri possono apprendere dagli altri, acquisire nuove prospettive e scoprire nuove opportunità. Una community ben strutturata facilita l'apprendimento collaborativo e la condivisione di informazioni rilevanti, promuovendo così la crescita e lo sviluppo personale dei suoi membri.

Le community offrono un'opportunità unica di ampliare la propria rete di contatti e creare relazioni professionali o personali significative. Le comunità possono essere uno strumento potente per promuovere cambiamenti positivi e affrontare questioni sociali importanti. Quando le persone si uniscono per una causa comune, la forza del loro impegno e della loro azione collettiva può avere un impatto significativo sulla società.

Le community sono un'arena in cui le persone possono organizzarsi, sensibilizzare e lavorare insieme per affrontare problemi o perseguire



TRASCRIZIONE

# Minipodcast: Community building

obiettivi che ritengono di valore.

Oggi il ruolo delle aziende si sta modificando; vediamo sempre più esempi di aziende che guardano al di là del solo e semplice profitto, ma che cercano nel contempo di creare un impatto sociale tangibile. Per farlo cercano di costruire community grazie alle iniziative che gli enti del Terzo Settore sono in grado di attivare. Gli enti, operando sul territorio, rappresentano un ponte fra le aziende e la società, agevolando la creazione di connessioni autentiche. Sono loro a garantire che l'investimento delle imprese vada a beneficio di chi ne ha veramente bisogno, contribuendo così a ridurre le disuguaglianze e a promuovere lo sviluppo sostenibile. In questo contesto saper fare community è percepito come un valore anche da chi finanzia e supporta il Terzo Settore.

In sintesi, creare una community è importante perché le comunità sono un luogo se non il luogo in cui le persone possono connettersi, crescere e contribuire al cambiamento.