

Il Presidente Nazionale

Atto di Indirizzo n. 11
Inviato per mail

Ai Presidenti
delle Associazioni Provinciali LILT

Ai Coordinatori Regionali LILT
Loro Sedi

Ancora una volta, con rammarico e delusione, registro quanto poco rispetto sia riservato, da più parti da qualcuno di Voi, verso l'Ente che presiedo e verso l'organizzazione di cui Vi pregiate essere rappresentanti nei rispettivi territori.

E' davvero sconcertante vedere quanto inesistente sia, per alcuni di Voi, il valore di squadra e di unitarietà mille volte auspicata, sollecitata e persino supplicata!

Ho perso il conto (e la pazienza) di tutte le volte che ho ripetutamente spiegato che l'unicità di messaggi delle campagne (nazionali) di sensibilizzazione, la loro condivisione da parte di tutti i territori, rendono riconoscibile la LILT ovunque, (dalla Valle d'Aosta alla Sicilia) e questa riconoscibilità la rafforza, ne accresce notorietà, credibilità e valore.

A nulla hanno portato anche i raffronti con i grandi "competitor", che proprio con l'immagine univoca hanno costruito la loro forza comunicativa.

La Campagna "LILT for Women", che pur tra mille difficoltà ha riscontrato un sensibile successo rispetto alle precedenti edizioni, è stata, da parte di qualche Associazione provinciale LILT, gestita con messaggi diversi, iniziative e sponsorizzazioni che invece dal logo dell'Associazione riportavano il logo nazionale, senza che l'Ente ne fosse preventivamente a conoscenza: "Disattenzioni" gravi alle quali l'Ente risponderà con diffida. Ma non alle Associazioni, bensì direttamente alle Aziende coinvolte e questo non farà fare certo una bella figura.

Come se non bastasse, sta per partire la campagna "LILT for Men" – Percorso Azzurro. Ma anche in questo caso ci sono delle "fughe in avanti": chi la chiama Movember, chi non la chiama, chi imita iniziative di altre associazioni o movimenti, chi non si è affatto preoccupato di chiedere le disposizioni della Sede Centrale LILT, e qual'è il messaggio della campagna nazionale, e chi ha dato il via alla "sua" campagna provinciale di comunicazione.

All'uopo ricordo a tutti che c'è una Agenzia di comunicazione con riconosciuti professionisti della comunicazione, dei social e dell'ufficio stampa, che si imbattono continuamente in messaggi diversi, in diffusione di comunicati che anticipano i tempi concordati con la Sede Centrale LILT, in mancanza di condivisione di materiali e utilizzo di testimonial delle campagne nazionali.

Qual è il risultato di tutto ciò? Nemmeno paragonabile ad un'armata Brancaleone, peggio!

Qui

Quelli erano incapaci, in questo caso invece il mancato coinvolgimento credo che abbia altre motivazioni.

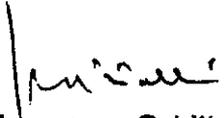
La più ovvia, e brutta, che mi viene da pensare è quella di voler danneggiare e depotenziare, a livello istituzionale, la credibilità della LILT.

Come se da soli, e per appagare il proprio ego, si possa andare da qualche parte.

O meglio, chi vuole può andare ovunque ma non con il nome ed il logo della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori.

La responsabilità ed il rispetto verso un Ente che si avvia ai cento anni di vita mi obbligano a vigilare affinché prevalga l'interesse della LILT tutta, unica ed unita!

D'ora in poi ogni atteggiamento contrario al bene comune, non sarà più oggetto delle mie esternazioni, ma verrà segnalato al Comitato Etico ed al Collegio dei Probiviri, che assumeranno le azioni che riterranno più opportune.



Francesco Schittulli