

SOS Vita milanese: #destinazionevita

di **Maria Luisa Ranallo**, Equipe SOS Vita



Partendo dalla Stazione Centrale ci vogliono solo 5 minuti per arrivare nella nuova sede del Movimento per la Vita Ambrosiano, in via Copernico al civico numero 4. Ho con me tutto il materiale di promozione di SOS Vita, fresco di stampa, e mi preme distribuirlo ai presenti all'inaugurazione della sede, affinché, tornati nelle loro realtà, possano affiggerlo accanto alle locandine della giornata per la vita sui banchetti fioriti di primule.

La nuova sede del MpV Ambrosiano è molto grande ed è piuttosto affollata: volontari, collaboratori, giornalisti che con fare curioso visitano i locali, un lungo corridoio vede affacciarsi un gran numero di stanze ed ecco in fondo, sulla sinistra vedo affissa alla porta, la locandina di SOS Vita: è una realtà! E' la stanza riservata a SOS Vita per il coordinamento della squadra di operatori del web e del telefono.

Una specie di salotto culturale, penso, guardando i libri inseriti nella importante biblioteca ambrosiana, fiore all'occhiello della cultura pro life italiana, una sede aperta alla collaborazione con le altre realtà del MpV italiano e altre ancora appena intraviste lungo il corridoio di accesso all'appartamento.

Fondazione Vita Nova, Federvita Lombardia (CAV e MpV lombardi) il MpV ambrosiano e SOS Vita condivideranno questi ampi spazi. I volontari, in fondo, si differenziano solo per il tipo di attività che svolgono, tutti hanno una forte motivazione intrinseca, tutti con la stessa mission (la promozione e tutela della vita umana dal suo concepimento alla morte naturale) tutti capaci di relazioni autentiche e capaci di cogliere i bisogni emergenti ovvero di riconoscere le domande, anche quelle non espresse, organizzando adeguate risposte.

Tutti insieme!...vorrà ben dire qualcosa al di là dei bisogni particolari di ciascuno!

Sono le parole del Vescovo di Milano Monsignor Delpini a precisarne il senso! Questa sede è luogo di incontro, di dialogo, di superamento di eventuali tensioni, di condivisione e progettazione di nuovi modelli di risposta alle richieste emergenti degli individui e della società tutta.

Ed è proprio per questo che SOS Vita è presente. Lara, Lidia, Franca, Maria Luisa, Lucia, e Giovanna, coordinatori della squadra di SOS Vita più volte in passato hanno sentito la necessità di incontrarsi per approfondire delle tematiche oltre che condividere pensieri ed esperienze ed elaborare così insieme delle risposte. Poterci ritrovare insieme in uno spazio nostro, seppur condiviso, ci riempie di entusiasmo e ci fa pensare ad incontri più frequenti.

Incontri più frequenti, calendarizzati e, a volte condivisi con i nostri ospiti, primo fra tutti il Movimento per la Vita Ambrosiano, potranno risultare utili per elaborare, insieme, risposte adeguate alle nuove emergenze che spopolano fra più giovani come le pillole post-concezionali. Questo tipo di richiesta che dall'analisi dei dati di SOS Vita ha riguardato rispettivamente nel 2016 il 42 % delle richieste e nel 2017 il 51 % (dato parziale) è in realtà una doppia richiesta che comporta una presa in carico da parte dell'operatore di SOS Vita, per l'urgenza della situazione contingente, poiché chi chiama pensa alle pillole post-concezionali come soluzioni utili e possibili, riguarda anche il CAV di competenza territoriale per una seconda velata richiesta ovvero il dopo emergenza, per fare del contatto avvenuto una occasione di approfondimento per la donna, la coppia. Una proposta insomma che sia adeguata e percorribile.

Gli spazi messi a disposizione a Milano offrono anche la possibilità di usufruire di una sala da 100 posti per la formazione. SOS Vita, da alcuni anni struttura 2 seminari all'anno, obbligatori per gli operatori della squadra web e verde. Sarà quindi possibile continuare anche il percorso condiviso con i CAV e iniziato già nel 2017 (giugno a Roma con il seminario **“la relazione alla base”** e novembre a ridosso del Convegno CAV, con il IX seminario **“Tecniche di comunicazione efficace – il dialogo strutturato”** con F.M. de Campi).

Dal 1992, anno in cui Giuseppe Garrone realizzò che era necessario poter accogliere le donne che vivevano con inquietudine il delicato momento della gravidanza h24, e, unico operatore di SOS Vita, prestò servizio telefonico lui stesso, dal 1992 ad oggi sono trascorsi 25 anni e il numero verde ha ricevuto oltre 70.000 chiamate.

Da allora il servizio di SOS Vita è molto cambiato; la tecnica, la struttura del gruppo, il logo e la comunicazione hanno consentito di elaborare uno stile proprio e dialogante secondo lo slogan *accogliere per aiutare ad accogliere la vita*.

In passato, per farsi conoscere, poteva essere utile una semplice promozione del brand; successivamente è diventato determinante offrire un servizio interattivo efficace per l'utente; oggi il meccanismo è ancora diverso ed è l'interazione con l'utente e la sua centralità ad essere vincente attraverso il suo giudizio che diviene promozione per i visitatori successivi. Credibilità e fiducia sono quindi concetti essenziali e si conquistano oggi con l'interazione. Da qui nascerà l'immagine che il nostro pubblico potrà avere di SOS Vita; a seconda della soddisfazione e della percezione suscitata dal brand potremmo ottenere il successo del marchio ovvero un rapporto positivo con il pubblico che poi è la nostra utenza o i nostri sostenitori. CAV e SOS Vita sono corrispondenti e sinergici poiché l'uno necessita dell'azione dell'altro per rispondere in modo adeguato alle richieste del mondo moderno.

Utilizzando una metafora semplice potremmo proprio dire che i CAV sono le scialuppe di salvataggio di una grande nave che è il MpV italiano (insieme ai MpV locali). Scialuppe, i CAV, per raccogliere chi si trova naufrago alle prese con le burrasche della vita. SOS Vita, la bussola necessaria alla navigazione, indica sempre il nord e dialogando, rimette al viaggiatore, non più solo ma accolto nella scialuppa la destinazione del viaggio. Pensiamo alle domande frequenti sulle pillole post- concezionali, che non motivano l'utente a salire sulla scialuppa quanto piuttosto a superare l'emergenza della situazione contingente con domande di tipo medico che non intervengono a modificare né il presente né il futuro.

SOS Vita deve poter rimanere una finestra aperta di dialogo anche per loro, un servizio capace di dare ascolto e accoglienza anche quando la gravidanza non è una certezza, a fianco alla donna stimolando la sua dignità e accompagnandola alla scoperta di sé e del proprio valore.

Il brand di SOS Vita, la bussola, oggi ha questo significato: #destinazionevita.