Carabinieri: un nuovo Digital Body cattura l’attenzione delle giovani generazioni e ridisegna la percezione online dell’Arma



Ha generato eccezionale stupore e attenzione la recente svolta stilistica e contenutistica della comunicazione social dei Carabinieri. Per comprenderne ragioni, strategie e obbiettivi, abbiamo intervistato il Col. Andrea Corinaldesi, Capo Ufficio Stampa del Comando Generale dell’Arma.

Colonnello, il vostro digital body ha subito una trasformazione, una virata improvvisa verso una comunicazione molto più fresca e di appeal, a tratti disorientante con riguardo a quanto appare ancora “ingessata” la comunicazione Social nel nostro Paese. A quale agenzia specializzata vi siete affidati?

Non ci siamo affidati ad alcuna agenzia specializzata ma abbiamo fatto ricorso alle nostre "risorse interne": sia Carabinieri dell'Ufficio Stampa, che occupandosi da anni di comunicazione digitale conoscono cambiamenti e tendenze delle piattaforme social, sia giovani militari dell'Arma con la passione per la realizzazione di contenuti video.

Qual è stato il "momento zero"? A chi, perché, e in quale istante è venuto in mente di predisporre, presentare, far approvare e realizzare un progetto così innovativo?

Non c'è stato un vero e proprio "momento zero": osservando attentamente la nostra pagina Instagram, nel corso dell'ultimo anno è possibile trovare dei reels che testimoniano primi tentativi di modernizzare la nostra comunicazione. A settembre, l'elemento di novità è stato quello di pubblicare, in rapida successione, video ancora più innovativi, con scene brevi e di forte impatto visivo, transizioni rapide, riferimenti al mondo dei videogames e utilizzo di brani musicali contemporanei. È stata una decisione maturata in seno all'Ufficio Stampa, con la finalità – condivisa con i vertici – di raggiungere in modo efficace l'utenza più giovane e rendere più attrattiva l'immagine digitale dell'Arma. Si tratta, comunque, di "innesti" e non di una vera e propria trasformazione: continuiamo, ancora oggi, ad utilizzare i nostri canali per divulgare notizie di interesse come operazioni di servizio, ricorrenze ed eventi.

Che tipo di accoglienza ha ricevuto questa "novità"? Esternamente, ma anche internamente…

Le interazioni degli utenti social, inizialmente, hanno testimoniato apprezzamento e curiosità. Una curiosità che presto si è trasformata in entusiasmo: i followers stanno utilizzando i commenti per chiedere di realizzare nuovi reels su specifici settori, oltre che per manifestare l'impazienza per la pubblicazione di nuovi contenuti. Per quanto riguarda l'accoglienza interna, registriamo positive reazioni, con

Carabinieri che manifestano l'orgoglio di appartenere ai reparti che stiamo mostrando attraverso i nuovi reels. Allo stesso tempo, colleghi i cui reparti non sono stati ancora coinvolti nel piano di comunicazione ci chiedono di realizzare presto contenuti che mostrino la loro attività in chiave altrettanto attrattiva.

I risultati ad oggi, numeri alla mano

I risultati parlano di circa 120.000 nuovi followers in poco più di un mese, con un tasso di crescita del 1800% rispetto al periodo precedente.

Quali strategie nella fase II, di consolidamento?

Sappiamo che i nuovi contenuti, seppur privi di messaggi strutturati, sono validi per stuzzicare curiosità e convogliare sull'Arma l'attenzione dell'utenza più giovane. La nostra priorità non è però quella di trasmettere intrattenimento, bensì messaggi chiave relativi alla sicurezza e alla legalità. Certamente proseguiremo con la pubblicazione di ulteriori reels della medesima tipologia, ma immaginiamo, per una fase successiva, contenuti che possano far conoscere meglio l'Istituzione, magari anche attraverso brevi racconti sulle peculiarità del lavoro quotidiano dei militari impiegati nei vari Reparti.

Cosa significa essere Carabiniere oggi, e come sta man mano cambiando l'Arma?

Oggi, i giovani Carabinieri vanno incontro a sfide insidiose e complesse, che devono affrontare con determinazione per rendere ai cittadini un servizio esemplare, anteponendo il bene comune alle prospettive personali. Da sempre, il Carabiniere esprime una straordinaria capacità di porsi in ascolto delle persone: oggi più che mai, l'orientamento al cittadino è il metro di valutazione dell'impegno di ciascun Carabiniere.