

# **LINEE GUIDA COMUNICAZIONE**

Comunicare la Cooperazione allo Sviluppo

# **INDICE**

PREMESSA	2
IMPIANTO STRATEGICO	2
I MESSAGGI	3
IL COORDINAMENTO COMUNICAZIONE DELLA DGCS	4
OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE	5
TARGET	7
STRUMENTI	8
RISORSE UMANE	9

## **PREMESSA**

*Nel quadro del costante impegno verso il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo del Millennio (MDG), l'orientamento generale delle attività della Cooperazione Italiana per il prossimo anno sarà ancora teso a realizzare l'ulteriore affinamento delle priorità di intervento nel quadro dei principi internazionali dell'efficacia dell'aiuto, come identificati nella dichiarazione di Parigi del 2005, e ribaditi al Forum di Accra del 2008, dove si invitano i paesi donatori a programmare e coordinare le politiche di aiuto nonché a tenere conto delle priorità tematiche e geografiche ed adottare una adeguata e condivisa organizzazione del lavoro.*

*La Cooperazione italiana intende promuovere una maggiore diffusione di informazioni riguardanti le proprie attività, nella convinzione che solo un'azione di comunicazione costante e trasparente favorisca la costruzione di una nuova cultura dello sviluppo basata sulla condivisione dei valori e sulla concertazione delle azioni ("ownership democratica") da parte di tutte le forze in campo: Paesi donatori e beneficiari, Organizzazioni Internazionali, Istituzioni centrali e periferiche, settore privato, società civile.*

*Una comunicazione che è partecipazione alle decisioni assunte e alle opportunità offerte significa ampliamento della dimensione sociale in uno spirito di mobilitazione della società civile e dell'opinione pubblica, per la costruzione di una più consapevole considerazione dell'importanza dello sviluppo che porti a un sempre maggiore sostegno da parte dei cittadini.*

*La strategia di comunicazione sulla tematica dell'efficacia degli aiuti, in linea con le indicazioni della strategia triennale della DGCS, ha lo scopo di rendere pubblici i risultati conseguiti nonché migliorare ulteriormente la trasparenza delle attività della Cooperazione italiana nei confronti dei cittadini, dei Paesi partner e dei soggetti istituzionali.*

*Pertanto, a beneficio di coloro che nella DGCS, a diverso titolo, divulgano notizie e informazioni riguardanti gli interventi di cooperazione realizzati da questo Ministero, vengono qui di seguito formulate le linee guida cui dovrà adeguarsi ogni attività di divulgazione per una coerente ed efficace azione di comunicazione.*

## **IMPIANTO STRATEGICO**

Premesso che il rapido recupero delle risorse, attraverso un'azione di sensibilizzazione a tutti i livelli, è una "conditio sine qua non" per il ritorno alla realizzazione di iniziative all'altezza delle priorità stabilite e coerenti con gli impegni internazionali assunti in diversi contesti, in primis nell'ambito del G8, la valorizzazione dell'azione svolta dalla Cooperazione allo Sviluppo, quale componente essenziale della politica estera italiana, dovrà essere necessariamente integrata e collegata al più ampio

processo di presentazione e valorizzazione delle attività del Ministero degli Affari Esteri. Con particolare riferimento all'impegno dell'Italia nelle missioni di pace, l'adeguata valorizzazione degli interventi della Cooperazione allo Sviluppo - integrazione naturale del nostro impegno umanitario - non potrà che concorrere a promuovere e qualificare ulteriormente l'immagine del Paese e del Ministero, rendendo inoltre l'una e l'altro più suscettibili di maggiore attenzione e peso negoziale nei tavoli in cui si decide l'entità delle risorse da destinare alle varie Amministrazioni. Un'azione sinergica con il ruolo svolto dal Servizio Stampa, oltre a favorire possibili "economie di scala", contribuirà a meglio presentare la Cooperazione Italiana anche come centro privilegiato di opportunità per il Sistema Italia nel suo complesso.

Strategiche a tal fine saranno le iniziative di rafforzamento della **comunicazione istituzionale** attraverso il Portale, da trasformare possibilmente in strumento di comunicazione interattivo, di più incisiva valorizzazione mediatica della Cooperazione Italiana e di divulgazione, presso i PVS e l'opinione pubblica italiana, dell'azione da essa svolta, il tutto auspicabilmente integrato dalla promozione di dibattiti - in convegni, seminari, ma anche via internet, radio e televisione - in tema di cooperazione allo sviluppo.

La comunicazione dei risultati degli interventi di cooperazione oggi deve confrontarsi con nuove e diverse sfide: la crescente esigenza di continuare ad impegnarsi con aiuti allo sviluppo, anche in momenti di crisi, presentandone efficacemente le ragioni all'opinione pubblica; la crescente difficoltà di tale esercizio a fronte della sempre maggiore diversità di realizzazione degli aiuti e di obiettivi da raggiungere; l'incombente urgenza di un più deciso inquadramento degli interventi sotto la responsabilità del Paese beneficiario, di puntuale allineamento ai suoi bisogni e di utilizzo dei "country systems". Poiché il sostegno dell'opinione pubblica è essenziale per attuare una efficace politica di cooperazione allo sviluppo in linea con gli impegni internazionali, la comunicazione deve essere trasparente nel render conto dei risultati conseguiti (e conseguibili) con le diverse iniziative, indicando altresì le inevitabili conseguenze che un crescente disimpegno rischierebbe di determinare.

I temi di fondo su cui impostare l'attività di comunicazione dovrebbero ruotare intorno a due concetti (o messaggi) principali: l'uno, per l'azione da svolgere dal centro e indirizzata soprattutto all'interno; l'altro, per le attività in primis delle UTL e indirizzate soprattutto ai Paesi beneficiari.

## **I MESSAGGI**

Per l'azione dal centro verso l'interno:

"In un mondo sempre più interdipendente, l'obbligo di colmare le differenze di sviluppo è parte integrante di un orizzonte comune e partecipato, ferma restando la responsabilità individuale del processo. La Cooperazione allo Sviluppo, accelerandone

la realizzazione, è un investimento per il futuro. Sosteniamone le finalità con un rapido recupero delle risorse”.

Per la comunicazione rivolta all'esterno:

“La responsabilità del vostro sviluppo vi appartiene. Noi possiamo aiutare ad abbreviarne i tempi di realizzazione per migliorare la qualità della vita delle vostre comunità nei settori essenziali. Lavoriamo in partenariato, in questo spirito, nel reciproco rispetto delle differenze.”

## **IL COORDINAMENTO COMUNICAZIONE DELLA DGCS**

Compito precipuo del **Coordinamento Comunicazione della DGCS** sarà quello di migliorare l'organizzazione del flusso delle informazioni all'interno della Direzione Generale, nonché dalla Sede centrale alle Sedi locali e viceversa, nell'ottica di una più strutturata e coerente attuazione delle strategie di comunicazione.

Ciò comporterà :

- la predisposizione di spazi informativi condivisi cui attingere affinché, in presenza di una molteplicità di canali di diffusione, sia garantita una comunicazione coerente e unitaria, evitando altresì dispersione, frammentazione, duplicazione dell'informazione e favorendo il contenimento dei costi.
- uno scambio costante di informazioni sulle esperienze di maggior successo e sui risultati delle attività di monitoraggio e valutazione dei progetti fra Uffici competenti e il Coordinamento;
- una maggiore concertazione delle decisioni fra gli Uffici della DGCS e del MAE direttamente coinvolti;
- il crescente coinvolgimento ed una più assidua interazione con la società civile.

Essenziale sarà, ai fini del miglior espletamento di tali attività, la possibilità di attribuire un maggiore valore aggiunto al Portale della cooperazione attraverso la creazione di spazi, di rubriche, con adeguati strumenti, di dibattiti virtuali e di altri canali in grado di stimolare una partecipazione proattiva da parte dei visitatori.<sup>1</sup> In tale prospettiva, di sicuro rilievo sarà la collaborazione in sinergia con la società civile (in particolare in settori quali l'educazione, con l'offerta, ad esempio, di corsi on-line o la presentazione di esperienze, *best practices*, ecc..).

---

<sup>1</sup> Si potrebbe avviare una semplice rubrica di posta in risposta a richieste di approfondimento e informazioni varie sulle attività della Cooperazione italiana. Tali quesiti verrebbero poi smistati agli Uffici competenti per una risposta tecnica che, raccolta dalla redazione per un'eventuale semplificazione testuale divulgativa, verrebbe pubblicata nella citata rubrica.

Inoltre si potrebbe creare uno spazio educativo di scambio/dialogo sul sito web della Cooperazione in collaborazione con il mondo della scuola italiana (v. sito web Ministero Istruzione) riferito anche alla rete scolastica estera gestita dal MAE (DGPC-Uff.IV) attraverso le Scuole italiane all'estero (presenti appunto anche nei PVS).

Il Piano annuale di comunicazione e informazione della DGCS (che dovrà svilupparsi in costante coerenza con la pubblicazione delle *Linee-Guida e indirizzi di programmazione*), sempre nel quadro dell'impianto strategico sopra delineato, opportunamente adattato alle mutate circostanze e disponibilità di bilancio, individuerà: gli obiettivi della comunicazione; i target; le iniziative; gli strumenti; la tempistica; le modalità di verifica dell'efficacia della comunicazione (compresi sondaggi di opinione); le risorse umane necessarie.

## **OBIETTIVI DELLA COMUNICAZIONE**

Obiettivo primario della politica di comunicazione della DGCS, anche per il 2010, sarà quello di rendere conto dell'impegno italiano nella lotta contro la povertà in tutte le sue declinazioni (fame, malattie, istruzione, ambiente, diritti umani) e nella promozione dello sviluppo, fornendo per quanto possibile riscontri dettagliati - previsti o conseguiti - sull'efficacia degli aiuti ai PVS, attraverso:

- il miglior utilizzo delle tecniche e strumenti di comunicazione tradizionali e ad elevato contenuto tecnologico;
- la valorizzazione dei successi della cooperazione italiana e l'analisi di eventuali insuccessi;
- la diffusione dei risultati delle attività di monitoraggio e valutazione dei progetti di cooperazione, in particolare sia per finalità di feedback che di analisi sistemica.

Obiettivi specifici. Tenuto conto dell'orientamento generale delle attività della Cooperazione Italiana per il prossimo anno, teso a realizzare l'ulteriore affinamento delle priorità di intervento nel quadro dei principi internazionali dell'efficacia dell'aiuto, inseriti nell'apposito Piano programmatico per l'efficacia degli aiuti approvato dal Comitato direzionale nella seduta del 14 luglio 2009 con delibera n. 85, e della divisione del lavoro, si dedicherà specifica attenzione all'utilizzo ottimale e alla razionalizzazione delle limitate risorse a disposizione, muovendosi nel solco tracciato dalle Linee Guida triennali, tenendo conto degli elementi di continuità e sostenibilità, e concentrandosi quindi sulle principali realizzazioni, *best practices* conseguite, analisi e valutazioni, in coerenza con:

- priorità geografiche;
- priorità settoriali;
- tematiche trasversali;
- aree di crisi (*emergenze, peace-keeping, peace-building e peace-enforcement*).

L'opinione pubblica dovrà essere adeguatamente informata di come le forti riduzioni dei fondi per la cooperazione, imposte da contingenti necessità di risanamento finanziario, se da un lato hanno diminuito le potenzialità d'intervento della DGCS,

dall'altro hanno imposto l'esigenza di prestare ancora maggiore attenzione all'efficacia, l'efficienza e l'economicità nella gestione dei fondi per lo sviluppo, evitando duplicazioni e contenendo i costi.

In relazione a tale quadro strategico, l'attività del Coordinamento Comunicazione della DGCS dovrà ispirarsi ai seguenti principi internazionalmente riconosciuti:

- **Trasparenza:** la trasparenza dovrà essere sempre più uno degli elementi caratterizzanti della comunicazione. Saranno riconosciuti i successi in quanto servono da stimolo, ma la valutazione degli insuccessi sarà altrettanto necessaria per migliorare le decisioni e l'azione. L'opinione pubblica dovrà essere puntualmente informata sull'andamento dei progetti finanziati e sui risultati attesi/raggiunti. Saranno divulgati gli indirizzi strategici triennali, le priorità geografiche, settoriali e tematiche.
- **Efficacia:** sarà data ampia rilevanza all'efficacia degli aiuti rendendo pubbliche le valutazioni dei progetti, evidenziando i risultati conseguiti (e non solo le attività realizzate) e sottolineando la rispondenza degli interventi ai *criteri di "aid effectiveness"* individuati a livello internazionale e adottati dalla DGCS<sup>2</sup>.
- **Partecipazione:** per favorire una crescita reale, in termini qualitativi e quantitativi, è necessario adottare un meccanismo di sistema che coinvolga il numero più ampio di attori pubblici e privati. L'obiettivo sarà quindi di costruire, su base nazionale, una "rete per lo sviluppo", valida e ben coordinata, in grado di migliorare la qualità dei risultati, di aumentarne la quantità e di ottenere il sostegno dell'opinione pubblica anche dei Paesi partner.
- **"Accountability":** occorre favorire, anche a livello di comunicazione, lo sviluppo ed il radicamento del concetto di *accountability* in generale e di **responsabilità** in particolare, dei diversi attori della cooperazione allo sviluppo: sensibilizzando i rappresentanti della Società e delle Istituzioni sul loro ruolo e l'impegno richiesto in una prospettiva di interdipendenza e "cittadinanza globale". Questo nuovo modo di "fare cooperazione" dovrà progressivamente integrarsi nella coscienza di tutti e dei giovani in particolare. Particolare attenzione sarà quindi riservata ad attività di comunicazione destinate a giovani in età scolare.

---

<sup>2</sup> Il Comitato Direzionale, con Delibera n. 165 del 16 dicembre 2009, ha adottato i Marker per la valutazione dell'efficacia degli interventi di cooperazione bilaterale.

## TARGET

Punto di partenza di ogni azione di comunicazione della DGCS sarà la definizione del target che si intende raggiungere. Successivamente, individuatene le caratteristiche, si potrà stabilire *come, quando*, con che *mezzo* e con quale *periodicità* comunicare.

L'impiego dei mezzi più idonei al target identificato permetterà di raggiungere i destinatari in modo efficace, compatibilmente con le risorse disponibili. Una volta definito il target, occorrerà valutare anche la *risposta* che si intende ottenere dallo specifico destinatario, in vista di una misurazione attendibile dell'incisività della comunicazione e, indirettamente, dell'efficacia degli aiuti somministrati, valutabile in base al sostegno che l'azione svolta riceverà.

Le iniziative di comunicazione si rivolgeranno a tutti i potenziali “*stakeholders*”, diretti o indiretti, delle attività di cooperazione allo sviluppo. In base al target di riferimento, la comunicazione verrà condotta su due livelli, *interno* e *esterno*:

- la **comunicazione interna** vedrà come destinatari gli Uffici del MAE più direttamente coinvolti, il Parlamento e le Istituzioni nazionali. Un rilievo e un'attenzione particolari dovrà ricevere la Relazione annuale al Parlamento: il documento non dovrà avere solo un ruolo di informazione delle attività di cooperazione allo sviluppo, ma svolgere incisivamente la funzione di stimolo e riflessione in vista di successive deliberazioni politiche sull'impegno che il paese intende perseguire in attuazione di una componente non secondaria della politica estera.

- la **comunicazione esterna**, sul piano nazionale, avrà come destinatari la società civile (Ong, Onlus), i giovani/studenti (quindi, la scuola, compresi gli operatori scolastici, l'Università, alcune associazioni di categoria), l'opinione pubblica italiana in senso lato, i media e tutti gli “*addetti ai lavori*”; sul piano internazionale, i destinatari degli interventi (beneficiari, governi e autorità locali dei PVS), le Organizzazioni Internazionali e i donatori attivi in loco (soprattutto in un'ottica di coordinamento), l'opinione pubblica e i media locali.

I target della comunicazione sono eterogenei e richiedono pertanto messaggi diversificati nelle modalità, pur mantenendo univoco il contenuto del messaggio di fondo. Con particolare riferimento ai destinatari della comunicazione interna ed esterna - nazionale, essa dovrebbe idealmente articolarsi come segue:

1. Istituzioni e Parlamento: messaggio razionale/verbale;
2. ONG e Società civile: messaggio razionale/verbale;
3. Opinione pubblica e mondo giovanile: messaggio razionale/verbale e messaggio emotivo/iconico.

L'azione di maggiore sensibilizzazione dovrebbe essere rivolta al target n. 3, per il quale i canali di comunicazione più efficaci e immediati sono la TV e il Web.

In TV, l'impatto mediatico privilegia tre tipologie di approccio comunicativo su cui sarà opportuno modulare le azioni di comunicazione:

APPROCCIO COMUNICATIVO	ATTORE DEL MESSAGGIO	MODALITA'E CARATTERISTICHE
INFORMATIVO-ISTITUZIONALE	MINISTRO, DIR. GENERALE	Interviste in programmi radiotelevisivi culturali o di informazione nonché servizi di approfondimento di divulgazione politica e sociale.
EMOTIVO-SPETTACOLARE	POPOLAZIONE LOCALE, ESPERTI IN LOCO	Brevi filmati, reportage, documentari o spot tipo "Pubblicità Progresso" Presidenza del Consiglio e RAI per il Sociale
PERSUASIVO-PARTECIPATIVO	TESTIMONIAL: PERSONAGGIO DEL MONDO DELLO SPETTACOLO, DELLA CULTURA, DELLA SCIENZA O DELLO SPORT.	Il testimonial "sposa" la causa di un settore di intervento (sicurezza alimentare, parità di genere, minori, etc.) o di una tipologia di destinatari (donne, malati/disabili, etc.). Il testimonial, aggiornato costantemente dal team di comunicazione circa gli indirizzi strategici di DGCS e l'evoluzione dei relativi interventi, si impegna a comunicare la cooperazione( durante le sue apparizioni pubbliche/interviste, etc) con semplici messaggi divulgativi destinati a un pubblico generalista.

## **STRUMENTI**

In un contesto di razionalizzazione delle risorse disponibili, gli strumenti di comunicazione che verranno utilizzati dalla DGCS nel corso del 2010, con l'irrinunciabile sostegno del servizio stampa del Ministero, prevedono sia l'uso di strumenti tradizionali che di tecnologie avanzate:

- 1) Portale della Cooperazione allo sviluppo;
- 2) Sito MAE e bollettino elettronico DIPCO;
- 3) Giornali, Televisione, Radio e relativi operatori;
- 4) Partecipazione a grandi eventi sportivi, a seminari, convegni, esposizioni;
- 5) Campagne di sensibilizzazione ai problemi dello Sviluppo nelle scuole (d'intesa e in collaborazione con il MIUR e con il coinvolgimento della società civile);
- 6) Creazione di banche dati necessarie (video, films, ecc...)
- 7) Partecipazione a piattaforme comunicative nazionali ed internazionali (*Forum PA, Giornate Europee per lo Sviluppo*);
- 8) Partecipazione a Network professionali interni ed internazionali (*Network internazionale dell'OCSE sulla comunicazione*).
- 9) Integrazione di una componente "comunicazione" (presentazioni, materiale di documentazione, audiovisivi per sito web e altri media, conferenza stampa, etc.) in tutti progetti di cooperazione (bilaterali, multilaterali, ordinari, di emergenza) per l'adeguata valorizzazione del nostro impegno e dei risultati che si intende conseguire.

Un ruolo di rilievo continuerà inoltre ad essere riservato, compatibilmente con le risorse disponibili, ai progetti di **Informazione Educazione allo Sviluppo (INFOEAS)**, promossi dalle ONG, Onlus, ecc., in un'ottica di piena realizzazione del nuovo modo di "fare comunicazione" e di costante coinvolgimento delle componenti più attive ed impegnate nella lotta alla povertà. La società civile sarà quindi allo stesso tempo destinataria e soggetto attivo delle iniziative di comunicazione.

A quelli sopra indicati si potranno aggiungere strumenti di promozione quali: Cinema e cooperazione (*reportage come Cinema Arena, Overland, documentaristica, etc.*); letteratura e cooperazione (*produzioni editoriali*); Arte e cooperazione (*valorizzazione di mostre realizzate dalle UTL*).

Per quanto riguarda in particolare il target studenti e giovani si dovrà focalizzare l'attenzione sui due più importanti luoghi (reali e virtuali) di aggregazione giovanile: la Scuola (in eventuale accordo con il MIUR) e il Web. In entrambi i casi, per un coinvolgimento partecipativo, occorrerà agire con l'obiettivo di stimolare consapevolezza, comprensione, motivazione, impegno, azione.

Al fine di raggiungere efficacemente tale target, si dovrebbe pertanto cercare di promuovere l'utilizzazione di canali interagenti con piattaforme esistenti quali: web 2.0, iniziative per via telematica, fora di discussione e social network. Tutto ciò sarà però possibile solo attraverso la costituzione di una piccola equipe di gestione inquadrata nell'ambito della DGCS, aperta ad una più stretta collaborazione con altri attori (società civile, media, esperti comunicazione, ecc.).

## **RISORSE UMANE**

Una condizione indispensabile per realizzare una *comunicazione efficace* da parte della DGCS, è quella di poter disporre di mezzi e risorse adeguati. Pertanto, allo scopo di realizzare le azioni che saranno previste dal Piano di comunicazione, è necessario costituire una task-force operativa (attualmente in fase di definizione), che sia dotata di un organico permanente (possibilmente anche di un piccolo budget) e che comprenda anche professionalità esterne di adeguata specializzazione tecnica.

Si tratterebbe, in sostanza, di individuare personale (che offra garanzia di continuità, partendo quindi da eventuali professionalità esistenti) provvisto di adeguato Curriculum Vitae e con competenze/esperienze specifiche nell'ambito comunicazione/giornalismo/web/grafica/radio/TV/ ecc... da destinare alla task force.

Risorse umane nelle Sedi locali. Presso le UTL si tratterebbe di individuare un referente per la comunicazione fra il personale già in servizio che manifesti particolare sensibilità/predisposizione ai temi della comunicazione.

### ***Gruppo Comunicazione***

*Arnaldo Abeti*, Coordinatore Comunicazione, DGCS, MAE

*Paola Amicucci*, Ufficio stampa LINK 2007

*Massimo Ghirelli*, Responsabile del portale della Cooperazione, DGCS, MAE

*Giulia Pigliucci*, Comunicazione e ufficio stampa Volontariato Internazionale per lo Sviluppo

*Orietta Profili*, Ufficio I, DGCS, MAE

### ***Collaboratori***

*Antonio Pisapia*, DGCS, MAE

*Ivana Tamai*, Unità Tecnica Centrale, DGCS, MAE

*Costanza Di Castelnuovo*, stagista Coordinamento Comunicazione, DGCS, MAE

*Angela Bortone*, stagista Coordinamento Comunicazione, DGCS, MAE