



07 – COMUNICAZIONE CON I CITTADINI

DEFINIZIONE

Le azioni per orientare positivamente le opinioni e l'atteggiamento dei cittadini nei confronti del progetto

AVVERTENZE GENERALI

- E' fondamentale mantenere alta l'attenzione sul progetto attraverso un "piano di comunicazione" che ne accompagni tutte le fasi (sull'esempio dello schema che segue)

Fase del progetto	Obiettivo di possibili iniziative di comunicazione
<ul style="list-style-type: none">• prima di partire per una eventuale missione di conoscenza	<ul style="list-style-type: none">• chiarire gli obiettivi
<ul style="list-style-type: none">• dopo il ritorno dalla missione di conoscenza	<ul style="list-style-type: none">• presentare i risultati della missione
<ul style="list-style-type: none">• dopo gli incontri con i possibili partner	<ul style="list-style-type: none">• illustrare le proposte di azioni che sono state elaborate
<ul style="list-style-type: none">• quando si verificano fatti nuovi (es. ampliamento del numero di attori locali di sostegno al progetto, acquisizione di materiali che testimoniano l'avanzamento delle azioni, ecc.)	<ul style="list-style-type: none">• dare aggiornamenti
<ul style="list-style-type: none">• dopo una eventuale missione di valutazione	<ul style="list-style-type: none">• riferire sullo stato dell'arte
<ul style="list-style-type: none">• in occasione di iniziative per la raccolta di fondi	<ul style="list-style-type: none">• ottenere solidarietà e sostegno concreto
<ul style="list-style-type: none">• al termine del progetto	<ul style="list-style-type: none">• diffonderne i risultati• informare sull'utilizzo dei fondi• ottenere disponibilità a sostenere un nuovo progetto

- Il piano della comunicazione deve essere integrato nella progettazione congiunta tra i vari attori locali e coordinato dall'Ente locale

SUGGERIMENTI OPERATIVI ("BUONE PRATICHE" CONSIGLIATE)

Predisporre i contenuti della comunicazione

- In fase di redazione e presentazione del progetto in sedi pubbliche, esplicitare con chiarezza i benefici del progetto per la propria comunità
- In fase di redazione e presentazione del progetto in sedi pubbliche, esplicitare con chiarezza modalità e costi di gestione del progetto
- Acquisire periodicamente informazioni sullo stato del progetto per: 1) presentare i risultati di eventuali missioni; 2) dare aggiornamenti; 3) diffondere i risultati
- Rivolgere le iniziative di comunicazione prima ai gruppi organizzati (associazioni, parrocchie, comitati di quartiere) e poi ai cittadini

Predisporre strumenti di comunicazione

- Dotarsi di strumenti (fotografie, VHS, diapositive, ecc.) utilizzabili per presentare il progetto e la sua realizzazione in modo approfondito
- Realizzare un opuscolo informativo o un depliant e cd per presentare il progetto in modo sintetico
- Dare visibilità al progetto sul sito web o sul foglio informativo dell'ente locale
- Organizzare un data base con nominativi di persone sensibili al tema della cooperazione per fornire aggiornamenti più mirati
- Prendere contatti con gli organi di informazione locale – regionale
- Prendere contatti con gli organi di informazione nazionale

Organizzare eventi / iniziative di comunicazione

- Organizzare momenti culturali legati alla realtà del Paese partner
- Organizzare o partecipare a eventi pubblici (presentazioni, mostre, ecc.) per dare visibilità al progetto
- Ricavare momenti e spazi di presentazione del progetto all'interno di iniziative promosse dalla pro-loco o da altri
- Proporre percorsi di educazione alle relazioni interculturali che valorizzino il progetto, nell'ambito di iniziative a tema per i ragazzi (es. "estate ragazzi", "Consiglio Comunale dei ragazzi", ecc.)
- Coinvolgere le scuole nel progetto, nell'ambito dei loro percorsi di educazione alle relazioni interculturali (con attenzione ai tempi della programmazione ed al ruolo, formale e informale, delle figure che si contattano)
- Invitare in Italia una delegazione del partner estero per valorizzarne la presenza in chiave di comunicazione (attraverso conferenze stampa, convegni, ricevimenti, ecc.)

Proporre concrete azioni di sostegno

- Coinvolgere le aziende pubbliche e/o private in campagne di informazione riguardanti iniziative di cooperazione internazionale (ad esempio locandine del progetto sugli autobus, logo del progetto sulla confezione dei prodotti,...)
- Proporre ai cittadini micro-azioni di sostegno concreto al progetto (es. raccolta di fondi, partecipazione alla organizzazione e gestione dei momenti di sensibilizzazione)

- Ottenere la disponibilità individuale di personaggi "significativi" ad appoggiare pubblicamente il progetto
- Proporre viaggi di "turismo responsabile" (a carico dei partecipanti)