Strategia di Comunicazione
Comunità di Pratiche FVG

Contenuti

1. Il progetto «La Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia» 3
2. Obiettivi della Strategia di Comunicazione 5
2.1 Comunicazione interna 6
2.2 Comunicazione esterna 7
3. Target group 9
4. Canali e strumenti di comunicazione 12
4.1 Strumenti per rafforzare la comunicazione interna e la collaborazione tra i membri della CoP 12
4.1.1 Rete di contact point 13
4.1.2 Piattaforma digitale 13
4.2 Strumenti per rafforzare la comunicazione esterna e l'identità visiva della CoP 14
4.2.1 Indirizzi narrativi fondamentali 14
4.2.2 Identità visiva 15
4.2.3 Piattaforma digitale 16
4.2.4 Social media 16
4.2.5 Materiale promozionale e informativo 17
4.2.6 Relazioni con i media 17
4.2.7 Eventi pubblici e partecipazione a reti internazionali 18
Annex 1 - Workplan 19

1. Il progetto «La Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia»

Il progetto «La Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia», approvato dalla Giunta regionale con delibera n. 1896 del 1° dicembre 2023, risponde all'esigenza di rafforzare il collegamento e il coordinamento tra i vari soggetti che, sul territorio della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (RAFVG), operano nell'ambito della cosiddetta «cooperazione decentrata»[1]. Tale esigenza era stata identificata nello Studio «Rafforzare il partenariato e la cooperazione internazionale in Friuli Venezia Giulia»[2], elaborato dal Centro per l'imprenditorialità, le PMI, le Regioni e le Città dell'Organizzazione per Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE), nell'ambito del Programma per lo Sviluppo Occupazionale ed Economico Locale (LEED).

Al fine di consolidare l'impatto della cooperazione decentrata promossa dalla RAFVG, lo Studio OCSE proponeva un insieme di venti *policy recommendations* raggruppate in cinque macrocategorie: 1) pianificazione; 2) governance; 3) accountability; 4) advocacy; 5) risorse.

Nel quadro della macrocategoria «pianificazione», OCSE suggeriva l'istituzione di una Comunità di Pratiche[3] capace di favorire la co-progettazione, la co-gestione e il dialogo pubblico-privato.

Riprendendo gli spunti dello Studio OCSE, il «Programma regionale per la cooperazione allo sviluppo e le attività di partenariato internazionale 2024-2028»[4], approvato dalla Giunta regionale con delibera n. 417 del 22 marzo 2024, indica i seguenti obiettivi della futura Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia (CoP FVG):

a) produrre conoscenza organizzata e di qualità in tema di partecipazione, alla quale ogni membro della Comunità avrà libero accesso;
b) in stretto raccordo con la Regione, mettere in rete le associazioni, le università, i centri di eccellenza, gli enti locali con il supporto di esperti di processi partecipativi e soggetti promotori interessati per favorire la diffusione di pratiche innovative e di partecipazione;
c) attivare uno spazio di dialogo per confrontare i diversi approcci, condividere princìpi e strumenti, accrescere le competenze, far emergere le criticità e le proposte per partecipare a bandi più complessi extra-regionali.

La CoP FVG rappresenterà quindi un «*luogo di dialogo e [una] palestra per rafforzare i partenariati in maniera trasversale, fare crescere le competenze in materia, fare nascere nuove reti, aumentare le capacità di progettazione ed alimentare un trasferimento di conoscenze che superi l'attuale*

[1] «*La cooperazione allo sviluppo promossa e realizzata dalla Regione, dalle comunità locali attraverso le proprie rappresentanze istituzionali e associative è definita "cooperazione decentrata". Tale cooperazione presuppone un analogo coinvolgimento delle comunità locali dei Paesi interessati. L'esercizio in forma decentrata mira a promuovere i valori della cooperazione allo sviluppo nella comunità regionale e, in particolare, delle sue espressioni culturali e sociali*» (Articolo 1, commi 3 e 4, della legge regionale 30 ottobre 2000, n. 19).

[2] Disponibile al link: https://dx.doi.org/10.1787/4195c067-it.

[3] «*Communities of practice are groups of people who share a concern or a passion for something they do and learn how to do it better as they interact regularly / Le comunità di pratica sono gruppi di persone che condividono un interesse o una passione per qualcosa che fanno, e imparano a farla meglio interagendo regolarmente*» (Wenger et al., 2002).

[4] Disponibile al link: https://www.regione.fvg.it/rafvg/cms/RAFVG/fondi-europei-fvg-internazionale/cooperazione-internazionale-sviluppo/news/310.html.

struttura a silos del mondo della cooperazione decentrata regionale». Una piattaforma di *networking* aperta a tutti i soggetti potenziali beneficiari delle opportunità offerte dalla legge regionale 30 ottobre 2000, n. 19 - «Interventi per la promozione, a livello regionale e locale, delle attività di cooperazione allo sviluppo e partenariato internazionale» (LR 19/2000) – che mirerà inoltre a coinvolgere ulteriori *stakeholder* pubblici e privati.

Con la supervisione del Capofila Servizio relazioni internazionali e programmazione europea, i partner tecnici Centro di servizi e documentazione per la Cooperazione Economica Internazionale (Informest) e Segretariato Esecutivo dell'Iniziativa Centro Europea (InCE-SE) avranno pertanto il compito di coordinare la CoP FVG e di realizzare, nel corso del 2024, alcune attività finalizzate ad accelerarne l'istituzione. A tale scopo, è stato predisposto un piano metodologico in dieci Fasi, dalla definizione degli obiettivi alla selezione dei membri, dalla definizione delle regole e delle attività alla creazione di uno spazio collaborativo virtuale, dalla promozione della partecipazione e della collaborazione tra i membri alla valutazione dei risultati e alla loro valorizzazione attraverso un'efficiente comunicazione integrata.

2. Obiettivi della Strategia di Comunicazione

L'importanza di un'efficace attività di comunicazione emerge con chiarezza nel piano metodologico per la costituzione della Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia (CoP FVG), proposto dai partner tecnici Centro di servizi e documentazione per la Cooperazione Economica Internazionale (Informest) e Segretariato Esecutivo dell'Iniziativa Centro Europea (InCE-SE). Infatti, delle dieci Fasi che compongono il processo, almeno quattro riferiscono ad aspetti relativi alla comunicazione, sia essa interna alla CoP FVG, sia essa esterna, indirizzata pertanto ai *target group* di cui al capitolo 3 della presente Strategia di Comunicazione (SC):

- Fase 2: stabilire le regole e le linee guida per la partecipazione, la comunicazione e la condivisione di conoscenze all'interno della Comunità;
- Fase 5: creare uno spazio virtuale in cui i membri possono interagire e condividere conoscenze e risorse;
- Fase 6: favorire la partecipazione dei membri attraverso l'invio di inviti e promozione dell'interazione tra i membri;
- Fase 10: definire una strategia di comunicazione della cooperazione decentrata FVG, focalizzandola sui risultati raggiunti e sul valore degli stessi.

Sulla necessità di potenziare l'attività di comunicazione per valorizzare la cooperazione decentrata sostenuta dalla Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia (RAFVG) insiste anche il «Programma regionale per la cooperazione allo sviluppo e le attività di partenariato internazionale 2024-2028»: *«attraverso la Comunità di Pratiche, in stretto raccordo con gli indirizzi regionali, verrà predisposto un Piano della Comunicazione per poter trasferire i risultati dei progetti di cooperazione e poter avviare una piattaforma di networking tra i soggetti regionali interessati alla cooperazione. […] Si intende inoltre, sempre nell'ambito della Comunità di Pratiche, impostare un Piano di comunicazione per dare maggiore visibilità alle azioni finanziate sia dalla LR 19/2000 che delle ulteriori attività che la Comunità di Pratiche potrà generare»*.

Ulteriori indicazioni possono essere tratte dalle raccomandazioni contenute nel già menzionato Studio OCSE. Nella macrocategoria «advocacy» sono infatti inclusi quattro suggerimenti che merita riportare visto il loro stretto collegamento con gli obiettivi della presente SC:

1) creare una piattaforma digitale che funga da archivio dei progetti finanziati negli anni e sia consultabile dal pubblico;
2) organizzare un Festival annuale della Cooperazione Decentrata in Friuli Venezia Giulia;
3) coinvolgere il mondo della scuola regionale sui temi della cooperazione internazionale;
4) integrare maggiormente la Regione FVG nelle reti europee e globali in materia di Cooperazione Decentrata.

Alla luce di quanto precede, si può affermare che il principale obiettivo dell'attività di comunicazione promossa in seno alla CoP FVG, e quindi della presente SC, sia la sensibilizzazione dell'opinione pubblica rispetto alle attività realizzate, attraverso la valorizzazione dei risultati ottenuti dalle iniziative promosse nel quadro della LR 19/2000; e quindi, in un'ultima istanza, rispetto al ruolo della RAFVG come soggetto attivo nelle (e protagonista delle) relazioni internazionali.

A tale scopo è necessario migliorare la capacità di diffondere i risultati ottenuti dalla cooperazione decentrata FVG, aumentandone la visibilità ed evitando frammentazione e dispersione. Una comunicazione maggiormente integrata, quindi, anche allo scopo di ottimizzare le sinergie tra progetti (Micro e Quadro), attività di partenariato internazionale ed eventuali altre azioni intraprese dalla stessa CoP FVG. Un tanto contribuirebbe a rappresentare la proiezione internazionale della RAFVG come un *corpus* coordinato, coerente e saldamente ancorato al quadro di *policy* nazionale e all'agenda globale, svolgendo inoltre un'utile attività di promozione sul territorio finalizzata ad ampliare il *parterre* di beneficiari della LR 19/2000 (*applicant* e futuri attuatori di progetti di cooperazione e interventi di partenariato internazionale), e quindi di soggetti coinvolti nella CoP FVG.

Per rispondere agli obiettivi descritti qui sopra, la presente SC, elaborata da InCE-SE e Informest, intende fornire una prima indicazione delle direttrici che potrebbero guidare l'attività di comunicazione della CoP FVG, nelle sue dimensioni interna ed esterna, favorendo l'integrazione delle varie iniziative di comunicazione realizzate dai beneficiari della LR 19/2000 a livello di singolo progetto o singolo intervento di partenariato. Merita sottolineare fin da subito che l'efficacia della SC, in termini di applicabilità e concreto utilizzo, sarà conseguenza della riuscita di un processo collaborativo che InCE-SE e Informest intendono promuovere all'interno della CoP FVG, con l'obiettivo di favorire la condivisione, la co-progettazione e la periodica revisione della SC da parte di tutti i soggetti interessati alla cooperazione decentrata FVG.

2.1 Comunicazione interna

Per «comunicazione interna» si intende lo scambio di informazioni, opinioni e dati tra i membri della CoP FVG. Una comunicazione fluida e diretta tra i partecipanti rappresenta una qualità essenziale di ogni *community of practice*, senza la quale non sarebbe possibile realizzare le attività che ne caratterizzano la vera essenza.

Perché un gruppo di persone si trasformi in una «comunità di pratica» si devono combinare tre elementi[5]: innanzitutto, un *ambito di comune interesse* (nel caso di specie, la cooperazione decentrata allo sviluppo), che implica la presenza di competenze condivise tra i membri del gruppo. In secondo luogo, una *comunità*, intesa come luogo di interazione, condivisione, co-operazione e co-progettazione, e quindi di scambio finalizzato all'apprendimento reciproco e allo sviluppo collettivo delle competenze. Infine, una *pratica*, intesa come un repertorio di risorse, esperienze e strumenti sviluppato congiuntamente dai membri del gruppo attraverso interazioni di vario tipo. Tali interazioni possono avere diversi fini, quali ad esempio: il *problem solving*; la raccolta di informazioni; il trasferimento di conoscenza; il coordinamento; la valorizzazione delle sinergie; etc. Si tratta, come è evidente, di interazioni che non possono prescindere da un'efficace comunicazione interna, strumento fondamentale anche per consolidare la fiducia reciproca tra i membri della comunità.

Per garantire un'efficiente comunicazione interna, è necessario che la CoP FVG si doti di specifiche procedure e strumenti finalizzati a facilitare le interazioni tra i partecipanti. In particolare, verrà proposta la creazione di una rete composta da un rappresentante per ogni membro interessato a contribuire al rafforzamento della comunicazione integrata della CoP FVG. Per facilitare questa

[5] «Communities of practice – A brief introduction», Wenger-Trayner, 2015.

attività, il progetto «La Comunità di Pratica della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia» prevede inoltre la creazione di una piattaforma di scambio e condivisione, pertanto di uno strumento digitale che fungerà da archivio dei progetti finanziati dalla LR 19/2000, consultabile dal pubblico, come suggerito dal già menzionato Studio OCSE; da *repository* di risorse condivise dai membri della CoP; da luogo virtuale di incontro e di collaborazione; e, infine, da principale strumento per la diffusione verso l'esterno dei risultati ottenuti dalle iniziative promosse nel quadro della LR 19/2000, attraverso un regolare aggiornamento dei contenuti da parte dei membri della CoP FVG.

2.2 Comunicazione esterna

La comunicazione esterna è un elemento essenziale per definire l'identità della CoP FVG e per incidere positivamente sul modo in cui la cooperazione decentrata finanziata dalla RAFVG viene percepita dagli interlocutori esterni. A tal proposito, l'articolo 6, comma 3, della LR 19/2000 dispone che *«in sede di attuazione dei progetti e delle iniziative di cui alla presente legge viene assicurata un'adeguata pubblicizzazione degli stessi, al fine di garantirne la migliore conoscenza e per favorire la diffusione dei metodi e dei risultati»*.

Obiettivo primario della comunicazione esterna non può che essere quindi la diffusione efficace dei risultati raggiunti dai progetti e dagli interventi a valere sulla LR 19/2000. Con il termine «efficace» si vuole intendere, in questo caso, la capacità di scegliere modalità (canale, strumento di comunicazione), tempistica e linguaggio più adatti a trasmettere i risultati ai diversi *target group* potenzialmente interessati, anche al fine di favorirne la successiva adozione e valorizzazione.

Vista la molteplicità delle iniziative finanziate, la loro diversa natura e dimensione, nonché la necessaria autonomia e flessibilità nello svolgimento delle attività di comunicazione che deve essere assicurata ai soggetti attuatori di iniziative a valere sulla LR 19/2000, si ritiene opportuno che la presente Strategia di Comunicazione (SC) si concentri su un'azione di supporto alla comunicazione esterna, finalizzata a facilitare l'integrazione delle iniziative di comunicazione realizzate a livello di singolo progetto. Un tanto attraverso l'elaborazione di un indirizzo generale che favorisca una narrazione integrata e coerente, nonché la proposta di alcune attività trasversali da sviluppare congiuntamente con i membri della CoP.

La comunicazione esterna promossa dalla CoP FVG perseguirà inoltre un ulteriore obiettivo di non minore importanza, quello cioè di ampliare il *parterre* di soggetti coinvolti nella cooperazione decentrata allo sviluppo. Lo Studio OCSE, a tal proposito, raccomanda quanto segue: *«Per istituire efficacemente questa comunità, è importante coinvolgere tutte le parti interessate, compresi i comuni, il settore privato e qualsiasi altro attore che non abbia finora giocato un ruolo significativo nei programmi regionali, nonché comunicare chiaramente obiettivi e vantaggi dell'iniziativa»*. La CoP FVG svolgerà pertanto un'azione di *engagement* verso gli attori che, finora, sono stati meno attivi, e che potrebbero invece apportare utili contributi alla proiezione internazionale della RAFVG: ad esempio, i comuni di Trieste, Udine, Pordenone e Gorizia; le comunità montane, il settore privato; le organizzazioni che operano al confine tra ricerca, sviluppo tecnologico e innovazione (es. incubatori di *start up*); le organizzazioni basate sulla conoscenza.

*****

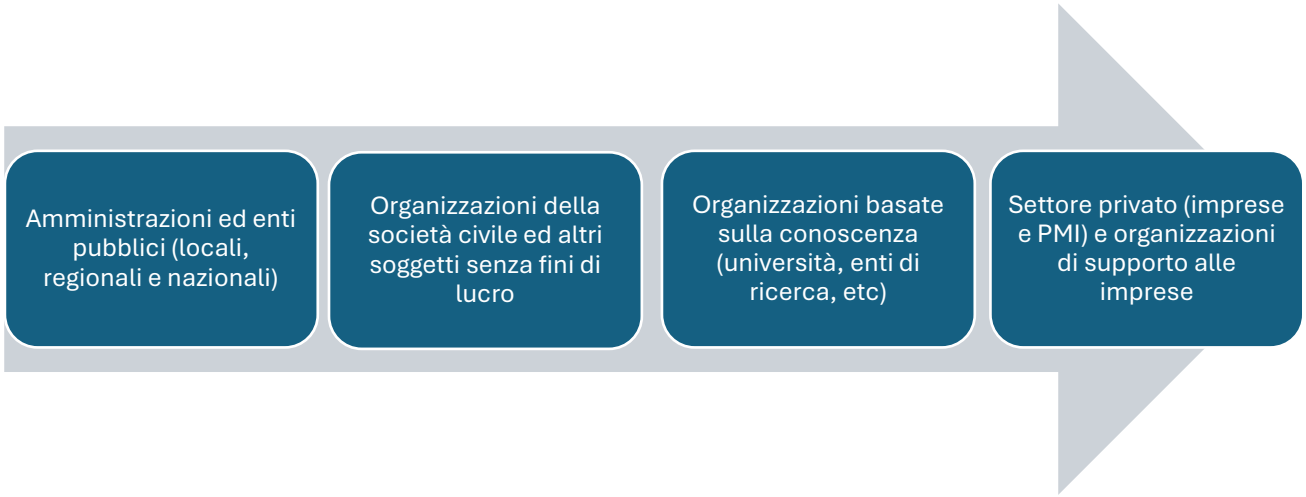
Alla luce di quanto precede, gli obiettivi della presente SC possono essere riassunti come segue:

Obiettivo generale	Sensibilizzare l'opinione pubblica rispetto alle attività realizzate nel quadro della LR 19/2000 e della CoP FVG, e quindi al ruolo della RAFVG quale soggetto attivo nelle relazioni internazionali.
Obiettivo specifico 1 (comunicazione interna)	Favorire lo scambio di informazioni, opinioni e dati tra i membri della CoP FVG per incoraggiare la collaborazione, la co-progettazione e l'apprendimento reciproco.
Obiettivo specifico 2 (comunicazione esterna)	Consentire una più efficace diffusione dei risultati raggiunti nel quadro della LR 19/2000 e da altre attività promosse dalla CoP FVG, contribuendo inoltre ad aumentare la platea di soggetti coinvolti nella cooperazione decentrata allo sviluppo.

3. Target group

Come evidenziato nel precedente capitolo 2, la Strategia di Comunicazione (SC) della Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia (CoP FVG) intende contribuire al raggiungimento di un obiettivo generale e due obiettivi specifici, questi ultimi collegati alle dimensioni interna ed esterna della comunicazione. L'analisi e breve descrizione dei *target group* che segue riguarda espressamente la comunicazione esterna, e quindi l'obiettivo specifico 2 che mira a una più efficace diffusione dei risultati ottenuti dai progetti e dagli interventi finanziati nel quadro della LR 19/2000 (ed eventualmente da altre attività realizzate dalla stessa CoP FVG). Tale attività di diffusione andrà orientata verso quegli operatori che potranno avere un duplice interesse nei confronti della cooperazione internazionale promossa dalla RAFVG: da un lato adottare, ed eventualmente utilizzare, i risultati conseguiti dalle iniziative a valere sulla LR 19/2000; dall'altro entrare a far parte della CoP FVG, contribuendo pertanto ad aumentare la platea di soggetti coinvolti nella cooperazione decentrata allo sviluppo.

La presente SC si rivolge quindi a diversi soggetti che possono essere raggruppati in quattro principali *target group*.



1. Enti pubblici (locali, regionali e nazionali)
   Il coinvolgimento degli enti pubblici locali della Regione Friuli Venezia Giulia è essenziale ai fini del raggiungimento degli obiettivi della CoP, nonché per valorizzare i risultati ottenuti dalle iniziative finanziate dalla LR 19/2000 e per ampliare il ventaglio di soggetti attivi nell'ambito della cooperazione internazionale. Particolare attenzione verrà data al coinvolgimento dei quattro comuni capoluogo che, già forti di una propria spiccata vocazione internazionale, potranno contribuire fattivamente al rafforzamento della cooperazione decentrata FVG. Verrà assicurato il coinvolgimento delle comunità montane.
   La comunicazione esterna della CoP sarà inoltre orientata verso le regioni limitrofe: come già segnalato nello Studio OCSE, sia il Veneto, sia le regioni limitrofe di Slovenia e Austria rappresentano soggetti strategici di fondamentale importanza, anche allo scopo di favorire un collegamento con i Gruppi Europei di Cooperazione Territoriale (GECT) presenti sul territorio regionale.
   Tra le raccomandazioni dello Studio OCSE merita inoltre evidenziare quella relativa alla necessità di consolidare le relazioni con le città e le regioni dei Paesi *partner*, ferma

restando un'attenta valutazione circa il rispetto dei valori democratici e dei diritti umani da parte dei rispettivi governi nazionali. È infatti opportuno che l'attività di comunicazione realizzata dalla CoP si indirizzi anche verso gli amministratori delle città e delle regioni che beneficiano delle iniziative di cooperazione internazionale promosse dalla Regione FVG, favorendo così ulteriori collaborazioni, sia sul piano politico-istituzionale, sia su quello operativo-progettuale.

Per quanto riguarda infine il livello nazionale, la CoP esplorerà la possibilità di raggiungere, mediante l'attività di comunicazione esterna, l'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS), e in particolare l'ufficio stampa che pubblica il *blogazine* Oltremare[6].

Sarà inoltre possibile attivare la rete di Paesi Membri dell'Iniziativa Centro Europea (InCE), e in particolare i rispettivi Ministeri degli Esteri, vista la presenza di diversi Paesi InCE tra quelli identificati come prioritari nel «Programma regionale per la cooperazione allo sviluppo e le attività di partenariato internazionale 2024-2028» (es. Albania, Bosnia Erzegovina, Macedonia del Nord, Moldova, Montenegro, Serbia, Ucraina).

2. Organizzazioni della società civile ed altri soggetti senza fini di lucro

   Il menzionato Studio OCSE indica che il 70% dei proponenti dei progetti finanziati nel quadro della LR 19/2000 tra il 2010 e il 2021 appartengono al Terzo settore. Si tratta, quindi, di un *target group* di primaria importanza per le attività della CoP, comprese quelle relative alla comunicazione.

   Le organizzazioni del Terzo settore, quali soggetti maggiormente coinvolti nella cooperazione decentrata FVG, non si limiteranno al ruolo passivo di destinatari delle informazioni veicolate dalla CoP; al contrario, contribuiranno attivamente a creare contenuti di comunicazione che la CoP cercherà di amplificare e trasmettere agli altri *target group*.

   Per «organizzazioni della società civile ed altri soggetti senza fini di lucro» si intendono qui gli attori che operano nell'ambito della cooperazione allo sviluppo, dell'aiuto umanitario e della solidarietà internazionale. Tali attori sono elencati all'articolo 26, comma 2, della legge 125 dell'11 agosto 2014 («Disciplina generale sulla cooperazione internazionale per lo sviluppo»), e in particolare: a) organizzazioni non governative (ONG); b) organizzazioni non lucrative di utilità sociale (ONLUS); c) organizzazioni di commercio equo e solidale, della finanza etica e del microcredito; d) organizzazioni e associazioni delle comunità di immigrati; e) imprese cooperative e sociali.

3. Organizzazioni basate sulla conoscenza

   Nel quadro *multi-stakeholder* promosso dalla CoP FVG non potranno mancare le organizzazioni basate sulla conoscenza. Il loro coinvolgimento attivo nella cooperazione decentrata allo sviluppo verrà pertanto incoraggiato anche attraverso l'attività di comunicazione oggetto della presente SC. Merita qui sottolineare che la Regione Friuli Venezia Giulia ha da tempo istituito il «Sistema della Scienza e dell'Innovazione» (SiS FVG), in stretta collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI) e il Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR). Alla rete SiS partecipano i principali soggetti attivi nell'ambito dell'istruzione superiore, della ricerca e

[6] Disponibile al link: https://www.aics.gov.it/oltremare/.

dell'innovazione presenti sul territorio regionale[7]: Università; Conservatori; Enti di Ricerca nazionali; Organizzazioni internazionali di Ricerca; Parchi scientifici e tecnologici. Il SiS racchiude pertanto uno straordinario capitale di risorse, competenze ed esperienze, queste ultime anche, se non in larga parte, di natura internazionale. Un collegamento con la CoP FVG, da consolidare attraverso un'efficace attività di comunicazione esterna, consentirà di identificare i soggetti *partner* del SiS che meglio potranno contribuire alla cooperazione decentrata allo sviluppo.

4. Settore privato e organizzazioni di supporto alle imprese

   Lo Studio OCSE raccomanda l'inclusione del settore privato con l'obiettivo di «*ampliare la portata dei partenariati locali*». Si tratta, senza dubbio, di una sfida non semplice, eppure necessaria. Sempre lo stesso Studio OCSE rileva infatti che «*il coinvolgimento del settore privato potrebbe attrarre know-how, reti di conoscenze e risorse finanziarie carenti presso altri attori. […] Gli incentivi del settore privato a impegnarsi nella CDS [Cooperazione Decentrata allo Sviluppo] possono essere molteplici, dall'espansione del mercato all'accesso a nuovi bacini di talenti, da motivazioni reputazionali al raggiungimento di obiettivi di responsabilità sociale d'impresa*».

   L'attività di comunicazione esterna della CoP non si limiterà alle imprese e alle PMI. Si cercherà infatti di raggiungere un ulteriore *target group*, quello delle organizzazioni che forniscono supporto alle imprese (camere di commercio, agenzie di sviluppo), nonché gli enti che operano al confine tra ricerca e impresa: non solo, quindi, i parchi scientifici e tecnologici menzionati al precedente punto 3, ma anche organismi di trasferimento tecnologico e incubatori di *start up*.

[7] Il Segretariato Esecutivo dell'Iniziativa Centro Europea (InCE-SE) partecipa al SiS in qualità di osservatore per le attività internazionali.

4. Canali e strumenti di comunicazione

Per raggiungere gli obiettivi descritti nel capitolo 2, la presente Strategia di Comunicazione (SC) intende avanzare alcune proposte finalizzate allo sviluppo congiunto di strumenti utili a facilitare il flusso di informazioni, sia all'interno della Comunità di Pratiche della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia (CoP FVG), sia all'esterno, verso i *target group* identificati nel capitolo 3. Si tratta, in entrambi i casi, di strumenti trasversali, pertanto di supporto alle singole iniziative (progetti, interventi di partenariato internazionale) finanziate dalla LR 19/2000.

Lo sviluppo e la messa in opera di tali strumenti avverranno nella fase di *start up* della CoP FVG. In una fase antecedente («Fase 0»), il progetto «La Comunità di Pratica della cooperazione allo sviluppo in Friuli Venezia Giulia» consentirà di realizzare alcune iniziative preparatorie e propedeutiche alla costituzione della CoP, che si completeranno entro la fine del 2024, tra cuila presente SC. Se si considera un arco temporale in linea con la programmazione regionale 2024-2028, si può immaginare che, alla Fase 0, seguiranno ulteriori tre Fasi che accompagneranno la costituzione (*start up*), l'implementazione e la conclusione della CoP FVG, con possibili *follow up* sulla base delle lezioni apprese.

L'attività di comunicazione, e pertanto l'implementazione della presente SC, seguirà il medesimo *iter*. Si può quindi prevedere una prima Fase (1) nella quale i principali strumenti di comunicazione della CoP verranno definiti, concentrandosi su aspetti quali la definizione di un'identità visiva, l'elaborazione di materiali promozionali, la costruzione di relazioni, l'attivazione della Piattaforma digitale per lo scambio di informazioni, etc. Nella successiva Fase (2), gli strumenti sviluppati congiuntamente saranno utilizzati e monitorati con regolarità, compresa la stessa SC che potrà essere modificata in base alle reali esperienze di utilizzo. Nella Fase finale (3), la comunicazione si dedicherà in particolare alla valorizzazione e capitalizzazione dei risultati conseguiti dalla CoP e all'identificazione di possibili *follow up* per garantirne la futura sostenibilità.

Fase	**Descrizione**	**Tempistica (mese, anno)**
FASE O	Elaborazione e adozione della SC	M6 – M12, 2024
FASE 1	*Start up* della CoP FVG e contestuale sviluppo dei principali strumenti di comunicazione	M1 – M10, 2025
FASE 2	Implementazione delle attività della CoP, comprese le attività di comunicazione previste dalla SC	M11, 2025 – M6, 2028
FASE 3	Conclusione del progetto CoP e definizione dei *follow up*	M6 – M12, 2028

4.1 Strumenti per rafforzare la comunicazione interna e la collaborazione tra i membri della CoP

Per facilitare la comunicazione interna, e quindi il raggiungimento dell'obiettivo specifico 1 (*favorire lo scambio di informazioni, opinioni e dati tra i membri della CoP FVG per incoraggiare la collaborazione, la co-progettazione e l'apprendimento reciproco*), la presente SC si concentra su due strumenti ritenuti prioritari: la costituzione di una Rete di contact point; la creazione e attivazione di una Piattaforma digitale.

4.1.1 Rete di contact point

La costituzione di una Rete di contact point è ritenuta necessaria al fine di facilitare lo scambio di informazioni all'interno della CoP FVG, promuovendo allo stesso tempo la conoscenza reciproca tra i tanti attori che operano nell'ambito della cooperazione decentrata allo sviluppo nella Regione Friuli Venezia Giulia. Tale Rete sarà composta da un rappresentante per ogni soggetto giuridico che aderirà alla CoP, quanto possibile già coinvolto in attività di comunicazione relative a progetti e interventi finanziati dalla LR 19/2000.

I contact point non si limiteranno a ricevere informazioni ma contribuiranno attivamente alla creazione di contenuti, e quindi ad alimentare la Piattaforma digitale descritta nella successiva sezione 4.1.2.

Per garantire un'efficace comunicazione interna sarà infine importante definire la tipologia di informazioni da diffondere tra i contact point. Un primo elenco, necessariamente sommario, potrebbe includere le seguenti tipologie:

- iniziative, eventi, attività formative e di *capacity building* organizzate dalla CoP;
- attività promosse da un membro della CoP e di potenziale interesse per gli altri membri;
- risultati conseguiti da interventi e progetti finanziati dalla LR 19/2000;
- attività internazionali realizzate dalla Regione FVG (Servizio relazioni internazionali e programmazione europea, Direzioni centrali) e da altri soggetti presenti sul territorio regionale;
- opportunità di networking e bandi, compresi quelli europei;
- studi, documenti, report su temi di specifico interesse.

4.1.2 Piattaforma digitale

La comunicazione interna alla CoP FVG, alla quale contribuirà in maniera determinante la Rete di contact point di cui alla sezione 4.1.1, potrà avvalersi di uno strumento *ad hoc* realizzato da Informest, nella fattispecie una Piattaforma digitale che favorirà la condivisione, il coordinamento, la collaborazione e la pianificazione delle attività di comunicazione.

La Piattaforma digitale fornirà quindi uno spazio virtuale nel quale i membri della CoP potranno trovare risorse, interagire e co-progettare, sperimentando direttamente quell'aspetto di apprendimento collettivo che rappresenta la vera essenza di una Comunità di Pratiche.

Lo sviluppo della Piattaforma digitale procederà in parallelo alla definizione degli altri strumenti per rafforzare la comunicazione, sia interna, sia esterna. Ad esempio, l'interfaccia grafica della Piattaforma digitale sarà realizzata in aderenza a quella della CoP, elaborata secondo le modalità descritte nella sezione 4.2.2.

Merita infine sottolineare che la Piattaforma digitale rivestirà una funzione decisiva anche nell'ambito della comunicazione esterna giacché rappresenterà il principale strumento per la diffusione dei risultati conseguiti dalla CoP FVG, nonché dai progetti e dagli interventi finanziati dalla LR 19/2000.

4.2 Strumenti per rafforzare la comunicazione esterna e l'identità visiva della CoP

Per facilitare la comunicazione esterna, e quindi il raggiungimento dell'obiettivo specifico 2 (*consentire una più efficace diffusione dei risultati raggiunti nel quadro della LR 19/2000 e da altre attività promosse dalla CoP FVG, contribuendo inoltre ad aumentare la platea di soggetti coinvolti nella cooperazione decentrata allo sviluppo*), la presente SC suggerisce alcune misure riconducibili a 7 ambiti principali: 1) la definizione di una narrazione coordinata e coerente intorno agli interventi e ai progetti finanziati dalla LR 19/2000; 2) la definizione di un'identità visiva propria della CoP; 3) l'utilizzo della Piattaforma digitale (v. 4.1.2) per la valorizzazione dei risultati conseguiti grazie ai fondi della LR 19/2000; 4) l'utilizzo dei social media, in stretto collegamento con la predetta Piattaforma digitale; 5) l'elaborazione di materiale informativo; 6) il consolidamento delle relazioni con i media; 7) l'organizzazione di eventi pubblici per contribuire al raggiungimento dell'obiettivo generale e degli obiettivi specifici della presente SC.

4.2.1 Indirizzi narrativi fondamentali

Una comunicazione esterna quanto possibile integrata e coordinata risulterà particolarmente utile al fine di evitare una rappresentazione frammentata della cooperazione internazionale promossa dalla Regione Friuli Venezia Giulia. A tale scopo, si ritiene utile indicare alcuni «indirizzi narrativi fondamentali» - espressione ripresa dalle «Linee Guida Comunicazione per i Partner»[8] (2024) elaborate dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) - che contribuiscano a dare corpo a uno *storytelling* coerente e riconoscibile.

In particolare, la comunicazione esterna promossa dalla CoP cercherà di evidenziare due concetti principali:

1. <u>la coerenza dei progetti e degli interventi finanziati dalla LR 19/2000 con il quadro di *policy* multilivello (regionale-nazionale-internazionale)</u>.
   L'articolo 2, comma 6, della LR 19/2000 dichiara: «*L'azione regionale rientra nell'ambito della cooperazione italiana che ha come destinatari i paesi partner individuati in coerenza con i principi condivisi nell'ambito dell'Unione europea e delle organizzazioni internazionali di cui l'Italia è parte*». Il successivo articolo 5, comma 4, indica inoltre che: «*il Programma [regionale della cooperazione allo sviluppo e delle attività di partenariato internazionale] e gli eventuali aggiornamenti sono inviati al Ministero degli affari esteri per gli adempimenti di competenza nel rispetto della vigente normativa statale […]*». Un tanto a dimostrazione di quanto stretto sia il legame tra la cooperazione decentrata promossa dalla Regione Friuli Venezia Giulia e la cooperazione internazionale realizzata a livello statale. Tale collegamento potrebbe essere valorizzato dall'attività di comunicazione esterna della CoP, al fine di evidenziare il contributo degli interventi finanziati dalla LR 19/2000 alla più ampia iniziativa italiana in materia di cooperazione allo sviluppo, in linea con quanto disposto dalla legge 125 dell'11 agosto 2014.
   A completamento del quadro di *policy* nazionale, quello internazionale è rappresentato innanzitutto dall'Agenda 2030 delle Nazioni Unite e dai suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Merita qui sottolineare che la comunicazione esterna della CoP beneficerà delle innovazioni introdotte dal «Programma regionale per la cooperazione allo sviluppo e

[8] Disponibile al link: https://www.aics.gov.it/pubblicazioni/linee-guida-e-documenti-di-programmazione/.

le attività di partenariato internazionale 2024-2028» in tema di monitoraggio e di valutazione dell'impatto delle iniziative a valere sulla LR 19/2000. A partire dal bando 2024, infatti, i soggetti attuatori dei progetti Quadro dovranno adottare specifici indicatori di *output* e di risultato collegati sia alle 5 P dell'Agenda 2030 dell'ONU (Persone, Prosperità, Pace, Partnership, Pianeta), sia agli obiettivi della LR 19/2000. Oltre ad aiutare l'attività di monitoraggio e di valutazione dell'impatto, l'utilizzo di un *set* di indicatori capace di raccordare priorità globali e obiettivi regionali consentirà di tracciare una traiettoria comune da seguire anche nelle attività di comunicazione, contribuendo quindi alla definizione di messaggi coerenti da indirizzare verso i vari *target group*;

2. la logica di partenariato (collaborazione tra pari) rispetto alla nozione di aiuto (relazione donatore-beneficiario).
   Una narrazione incentrata sulla logica di partenariato, capace quindi di enfatizzare la collaborazione tra pari, risulta senz'altro più incisiva di uno *storytelling* fondato sulla nozione di aiuto e sulla relazione donatore-beneficiario.
   In questo senso, la comunicazione esterna promossa dalla CoP FVG si ispirerà a quanto indicato dall'AICS nelle già menzionate «Linee Guida»: «*I messaggi veicolati dovranno rispettare le identità e le culture locali, utilizzare una narrazione immune dal concetto di aiuto e basata bensì sulla partnership e la dignità delle comunità destinatarie. È fondamentale non indulgere in toni paternalistici o pietistici e valorizzare il tema della de-colonizzazione. In linea con le effettive capacità finanziarie dei singoli progetti, la comunicazione deve poter incentivare la creazione di scambi interculturali e ponti fra i Paesi e le persone […]*».

4.2.2 Identità visiva

I soggetti attuatori di progetti e interventi finanziati dalla LR 19/2000 si impegnano ad assicurare massima visibilità pubblica ai risultati ottenuti. In base all'articolo 5 («Pubblicità dei progetti finanziati») del bando 2024, tale visibilità pubblica potrà essere ottenuta «*attraverso i mezzi che il soggetto proponente e i partner riterranno maggiormente idonei per raggiungere il maggior numero possibile di persone*». Lo stesso articolo 5 dispone inoltre che tutti i materiali informativi riportino un'immagine coordinata composta dalla dicitura «*Con il sostegno di*», dal logo della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia («*riprodotto in conformità alle disposizioni contenute nel vigente Manuale d'uso per l'immagine coordinata, pubblicato sul B.U.R. supplemento straordinario n. 6 del 21 luglio 2006*») e dall'ulteriore dicitura «*Legge regionale 19/2000*». Simili indicazioni riguardano poi eventuali beni mobili e immobili acquistati, edificati o restaurati con fondi della stessa LR 19/2000.

Risulta quindi evidente che i soggetti attuatori, pur nel rispetto della propria *brand image* e autonomia operativa in materia di comunicazione, sono chiamati a veicolare un'immagine coordinata che consenta di collegare rapidamente l'attività (o l'*output* prodotto) al finanziamento regionale.

Alla luce di quanto precede, la CoP FVG potrà contribuire a una maggiore visibilità pubblica dei risultati conseguiti nel quadro della cooperazione decentrata anche attraverso la definizione di una propria identità visiva che si armonizzi con quella ufficiale di cui all'articolo 5 richiamato qui sopra. Ci si riferisce, in particolare, all'elaborazione di un logo della CoP FVG che potrebbe essere

sviluppato attraverso un bando aperto alle scuole superiori della Regione FVG. Fatto salvo un successivo intervento professionale dal punto di vista grafico, il bando per l'elaborazione di un logo della CoP FVG potrebbe contribuire a «*coinvolgere il mondo della scuola regionale sui temi della cooperazione internazionale*», come indicato nel «Programma regionale per la cooperazione allo sviluppo e le attività di partenariato internazionale 2024-2028», consentendo di raggiungere un ulteriore *target group*, quello degli studenti delle scuole medie superiori.

Una volta sviluppato, il logo verrebbe utilizzato sia sul materiale informativo della CoP e dei progetti finanziati dalla LR 19/2000, sia sulla Piattaforma digitale di cui alla successiva sezione 4.2.3, contribuendo a rappresentare la cooperazione decentrata FVG come un *unicum* coerente e coordinato.

4.2.3 Piattaforma digitale

Come descritto nella sezione 4.1.2, la Piattaforma digitale rappresenterà il principale strumento per facilitare la comunicazione interna alla CoP FVG, fungendo sia da archivio di risorse e materiali, sia da spazio virtuale di confronto, condivisione e co-progettazione. Allo stesso tempo, la Piattaforma digitale avrà un ruolo determinante nella comunicazione verso gli *stakheolder* esterni.

A tal proposito, merita richiamare la raccomandazione numero 14 dello Studio OCSE: «*[…] La piattaforma fungerà da vetrina per i progetti passati e quelli in corso, mostrando relazioni e valutazioni che misurano l'impatto e i risultati delle attività. Tramite una comunicazione continua riguardo ai progetti e agli sforzi in corso, la regione potrebbe aumentarne la trasparenza e la legittimazione della CDS [Cooperazione Decentrata allo Sviluppo], incoraggiando così ulteriori investimenti in questo settore […]*».

Quale sito *web* della CoP, la Piattaforma digitale mirerà ai seguenti obiettivi:

- trasmettere informazioni ai principali *target group* sulle attività della CoP, dei progetti e degli interventi a valere sulla LR 19/2000, e rispettivi risultati conseguiti;
- contribuire all'ampliamento del *parterre* di soggetti interessati alla cooperazione decentrata promossa dalla Regione FVG;
- fornire agli utenti contenuti da distribuire ad altri soggetti potenzialmente interessati;
- informare il pubblico e, quanto possibile, influenzare l'atteggiamento degli utenti nei confronti dell'attività di cooperazione internazionale.

La Piattaforma digitale sarà collegata sia ai *social media* di cui alla sezione 4.2.4, sia ai siti *web* di ciascuna organizzazione che deciderà di aderire alla CoP.

4.2.4 Social media

La Piattaforma digitale opererà in stretto collegamento con i canali *social* della CoP FVG, che contribuiranno a raggiungere i *target group* attraverso un linguaggio adattato alle esigenze della comunicazione digitale, pertanto semplice, informale e quanto possibile scevro di tecnicismi.

Come per i contenuti della Piattaforma digitale, anche quelli dei canali *social* dovranno essere sviluppati in collaborazione con i soggetti attuatori degli interventi e dei progetti a valere sulla LR 19/2000, cui verrà chiesto di condividere brevi testi, storie, immagini e video relativi alle attività realizzate.

La presente Strategia di Comunicazione (SC) suggerisce di concentrare l'attenzione e le risorse su due *social media*:

- LinkedIN, che consentirebbe di lavorare in modalità «gruppo», costituendo una pagina specifica della CoP FVG utile a valorizzare e ad amplificare i contenuti pubblicati sulla Piattaforma digitale;
- YouTube, che consentirebbe di promuovere contenuti video realizzati nel quadro dei progetti e degli interventi finanziati dalla LR 19/2000.

In entrambi i casi, la gestione e il coordinamento dei canali *social* richiederà un'attenta programmazione dei contenuti e della loro pubblicazione *online*, così da garantire un flusso regolare di comunicazione, e quindi un aumento crescente delle interazioni.

Infine, per assicurare uniformità alla comunicazione esterna veicolata tramite *social media*, verranno elaborati, nell'ambito della CoP, alcuni *hashtag*, da utilizzare unitamente al logo descritto nella precedente sezione 4.2.2. A tal proposito, sempre nell'ottica di un maggiore coinvolgimento degli studenti nella cooperazione decentrata promossa dalla Regione FVG, si ritiene che anche la scelta degli *hashtag* possa essere oggetto di un bando da promuovere in collaborazione con gli istituti scolastici del territorio.

4.2.5 Materiale promozionale e informativo

Per promuovere la CoP FVG verrà prodotta una *brochure* informativa in lingua inglese e italiana. La *brochure* includerà le principali informazioni sulla CoP e sarà pertanto utilizzata come supporto per la disseminazione dell'iniziativa, soprattutto nella fase di *start up* e lancio. Verrà realizzata in formato digitale per facilitare la disseminazione *online* attraverso la Piattaforma e i canali *social* precedentemente descritti.

Un ulteriore strumento utile alla promozione *web* e *social* della CoP è quello delle infografiche interattive. Attraverso effetti di animazione che stimolano l'interattività con l'utente, le infografiche possono contribuire a diffondere la CoP, le sue finalità e composizione, nonché i risultati conseguiti nell'ambito dei progetti e degli interventi finanziati dalla LR 19/2000.

4.2.6 Relazioni con i media

I membri della CoP FVG collaboreranno al fine di consolidare le relazioni con i media a livello locale e regionale. Verrà elaborata una lista di contatti media (*media list*) che sarà aggiornata regolarmente nel corso dell'implementazione del progetto CoP FVG. A tale scopo, verrà realizzata una mappatura delle pubblicazioni (cartacee e digitali) e dei giornalisti maggiormente attivi nell'ambito della cooperazione internazionale allo sviluppo.

I contatti inseriti nella *media list* riceveranno puntuali comunicati stampa in occasione di *milestones* raggiunte dal progetto CoP FVG o di risultati significativi conseguiti nell'ambito dei progetti e degli interventi finanziati dalla LR 19/2000.

Particolare attenzione verrà prestata all'analisi di possibili collegamenti con l'Ufficio Stampa e Comunicazione della Regione Friuli Venezia Giulia che, tra le varie competenze, coordina l'attività giornalistica dell'Agenzia Regione Cronache.

4.2.7 Eventi pubblici e partecipazione a reti internazionali

La comunicazione esterna della CoP FVG, verso i *target group* descritti nel capitolo 3, e più in generale verso il grande pubblico composto dai cittadini della Regione Friuli Venezia Giulia, non potrà che beneficiare dall'organizzazione di un evento pubblico dedicato espressamente ai temi della cooperazione internazionale allo sviluppo.

A tal proposito, lo Studio OCSE raccomanda quanto segue: *«La regione FVG, in collaborazione con la sua comunità di operatori della CDS [Cooperazione Decentrata allo Sviluppo], potrebbe istituire un evento annuale volto a divulgare e promuovere i progetti cofinanziati a livello regionale. Tale festival fornirebbe una piattaforma per coinvolgere i principali stakeholder e il pubblico in generale, aumentando la consapevolezza dell'importanza e dell'impatto delle iniziative di CDS. L'ispirazione potrebbe essere presa dal "Festival des solidarités" in Francia, un evento annuale organizzato dal Centro di ricerca e informazione sullo sviluppo, che riunisce gli attori della solidarietà per mobilitare i cittadini a favore degli SDG. Organizzando un evento simile, il FVG può mostrare l'impatto dei finanziamenti regionali e mettere in evidenza le attività in corso di realizzazione, coinvolgendo al contempo il pubblico e aumentando la consapevolezza dell'importanza della CDS»*.

Un simile evento pubblico potrebbe essere organizzato ogni anno in una città diversa, a partire dai quattro comuni capoluogo, anche al fine di incoraggiarne un maggiore coinvolgimento nell'attività di cooperazione internazionale promossa dalla Regione FVG.

La CoP FVG potrebbe inoltre favorire una maggiore presenza della Regione FVG nelle principali reti europee e internazionali operanti nel settore della cooperazione allo sviluppo. Anche a tal proposito, lo Studio OCSE fornisce un'utile raccomandazione: *«Entrando a far parte di queste reti, la regione può condividere le proprie esperienze con altri governi regionali e stakeholder, aumentando così la propria reputazione e riconoscimento da parte delle amministrazioni regionali. Una maggiore reputazione porterà a maggiori opportunità di collaborazione, rafforzando così gli sforzi della regione nella CDS [Cooperazione Decentrata allo Sviluppo]»*. Lo stesso Studio indica le Giornate europee dello sviluppo e il Forum politico di alto livello sullo sviluppo sostenibile quali possibili reti da approcciare. Un'ulteriore attività di mappatura finalizzata a identificare altri possibili *network* europei e internazionali potrà essere condotta dalla CoP FVG, anche in collaborazione con l'Ufficio di collegamento a Bruxelles della Regione FVG.

Annex 1 - Workplan