



MINPLUS 2022

Verso un modello transfrontaliero
di governance della comunicazione pubblica

DYNAMIC PAPER

LINEE GUIDA

**MAPPATURA E BENCHMARKING
SUI MODELLI DI COMUNICAZIONE
EFFICACE**



A cura di **Koinètica** | maggio 2021

5

PROGETTO MINPLUS

Linee guida sulla comunicazione

WP 7 mappatura e benchmarking sui modelli di comunicazione efficace

Il documento si propone di indirizzare la ricerca verso linee guida di governance della comunicazione pubblica per promuovere relazioni positive tra comunità locali e stranieri migranti.

Le Linee Guida forniscono indicazioni sulle modalità di coinvolgimento di tutti i soggetti in processi di progettazione partecipata e di definizione di iniziative di sensibilizzazione che favoriscano la nascita di un “sentire comune” sul tema dell’integrazione nelle comunità ospitanti, con particolare riguardo ai Minori Stranieri Non Accompagnati.

Punto di partenza per la definizione del modello transfrontaliero è l’individuazione di un perimetro di analisi e ricerca su modalità, linguaggi, dinamiche, strumenti e casi concreti di comunicazione efficace.

INDICE

PRIMA PARTE

PUBBLICI DI RIFERIMENTO E ALTRI ATTORI..... 6

SECONDA PARTE

I LINGUAGGI E GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE..... 12

TERZA PARTE

FONTI DI BENCHMARKING..... 18

INTRODUZIONE

Le linee guida contengono alcune indicazioni sulla governance della comunicazione pubblica per promuovere relazioni positive tra comunità locali e stranieri migranti. In particolare prendono in esame alcuni linguaggi e strumenti per coinvolgere i diversi attori in processi di progettazione partecipata e di definizione di iniziative per favorire la nascita di un *sentire comune* sul tema dell'integrazione nelle comunità ospitanti, con particolare riguardo ai Minori Stranieri Non Accompagnati.

Le linee guida sono articolate in tre parti:

- i pubblici di riferimento e altri attori (i soggetti a cui il progetto è dedicato, gli stakeholder, gli ambiti in cui la comunicazione può essere più efficace)
- i linguaggi e gli strumenti di comunicazione (il linguaggio da utilizzare e gli strumenti più utili per raggiungere gli obiettivi del progetto)
- fonti di benchmarking (esperienze realizzate da soggetti diversi in differenti territori).

Qui di seguito vengono proposte alcune considerazioni preliminari sul valore della diversità e dell'inclusione e sul cambiamento in atto nel modo della comunicazione.



La diversità come valore

Si sta facendo strada l'idea che la diversità non debba essere vista come problema, ma come valore. Il primo passo per riuscire ad integrare davvero la diversità nella quotidianità è iniziare a considerarla non come un fattore da tollerare ma un bene da tutelare.

Anche nel mondo dell'impresa sta crescendo l'attenzione al tema *Diversity&Inclusion* con un approccio proattivo finalizzato a supportare un cambio culturale: ciascuna persona, nella sua diversità e unicità si deve sentire valorizzata, rispettata e salvaguardata per poter esprimere tutte le sue potenzialità.

Il fattore fiducia diventa sempre più importante

Anche in questo progetto la fiducia è un fattore fondamentale nel rapporto tra i diversi attori coinvolti e, più in generale, nella relazione con tutti gli stakeholder.

Un rapporto di fiducia che deve nascere dalla coerenza tra quanto dichiarato e quanto realizzato: un intervento sbagliato o una promessa non mantenuta possono mettere in discussione la relazione di fiducia costruita con fatica e avere conseguenze negative.

Se si vuole ottenere (e mantenere) un rapporto di fiducia bisogna anche comunicare in modo corretto evitando errori come l'eccessiva enfasi o l'utilizzo di un linguaggio poco chiaro.

La comunicazione è sempre più disintermediata

C'è chi definisce la nostra società come una *network society* in cui siamo condizionati dalla capacità di fare rete con altri soggetti. Siamo tutti interrelati e la comunicazione delle organizzazioni consapevoli (che possono essere definite *comunicative*) si propone di governare un network dove il valore viene determinato dalla qualità delle relazioni fra i componenti delle reti.

Oggi infatti chi comunica può farlo anche direttamente senza dover passare per forme di intermediazione. Il rapporto tra comunicatori e media si è modificato: decisori e giornalisti non sono più gli unici destinatari di attività di comunicazione. Nell'era della disintermediazione, in molti casi, vince chi è più veloce nel dare valore attraverso contenuti credibili e di qualità.



PRIMA PARTE

PUBBLICI DI RIFERIMENTO E ALTRI ATTORI

Il fenomeno dei migranti richiedenti protezione internazionale (MRPI) adulti e minori stranieri non accompagnati (MSNA) induce importanti processi di transizione nelle comunità di arrivo in Italia e Svizzera. È importante pianificare interventi da parte delle istituzioni locali mirati ad accrescere la capacità di programmazione e controllo e di uso efficace delle risorse sociali ed economiche destinate ai progetti di integrazione.

Per questo è utile l'elaborazione di un modello transfrontaliero di governance della comunicazione pubblica che promuova relazioni positive tra le comunità locali e gli stranieri migranti. Come? Attraverso il coinvolgimento, la partecipazione e la responsabilizzazione di tutti i soggetti, in processi di progettazione partecipata di un Modello di Comunicazione Interculturale e attraverso la definizione di iniziative di informazione e sensibilizzazione sul tema dell'integrazione nelle comunità ospitanti, secondo un modello di "accoglienza diffusa".

La comunicazione è al centro di questo processo che ha l'obiettivo di migliorare la coesione sociale e creare una nuova cultura dell'accoglienza che responsabilizza tutti gli attori stimolando anche una maggior partecipazione alla vita della comunità.

La prima parte di queste linee guida è dedicata alla definizione dei pubblici di riferimento, alla metodologia di identificazione e classificazione degli stakeholder, alla individuazione degli ambiti in cui la comunicazione può essere più efficace.

1.1 Definire i pubblici di riferimento

I destinatari diretti delle linee guida sono i soggetti che hanno un ruolo significativo in relazione al processo di integrazione dei migranti: policy maker e funzionari degli enti locali che sono responsabili dell'attuazione delle politiche di accoglienza, operatori delle cooperative e di altri enti del Terzo Settore che sono in contatto quotidiano con i migranti e sono consapevoli delle potenzialità e delle criticità del rapporto con loro.

Destinatari indiretti sono innanzitutto i migranti, adulti (MRPI) e minori (MSNA): il loro ruolo, considerato spesso *passivo*, può diventare *attivo* se si riesce a coinvolgerli. Inoltre, sono destinatari indiretti imprese e altre organizzazioni del territorio, cittadini che possono contribuire con i loro comportamenti al cambio culturale e all'inserimento dei migranti nelle comunità.

Un ruolo a parte è quello dei media locali che hanno un'influenza su diversi pubblici: dalle istituzioni ai policy maker, dagli operatori ai cittadini.

1.1.1 Policy maker

Condividere le linee guida con i policy maker è un passo fondamentale che va nella direzione di coinvolgere soggetti che prendono decisioni in relazione all'uso efficace ed efficiente delle risorse pubbliche (non solo sociali ma anche economiche) e alla governance dei processi di mutamento indotti nelle comunità dalla presenza di migranti.

1.1.2 Dipendenti/funzionari enti locali

La presenza di migranti dovrebbe essere vista positivamente dalle amministrazioni locali non solo in termini economici e demografici ma anche perché rappresenta un arricchimento culturale e un'apertura sul mondo. Ma non sempre questo accade: è necessario quindi prevedere anche azioni specifiche per i dipendenti degli enti locali, identificando i ruoli e le figure professionali più coinvolte: per esempio, addetti agli sportelli di alcuni assessorati, vigili urbani etc.

1.1.3 Operatori delle cooperative e degli Enti del Terzo Settore

Spesso coloro che escono dalla fase di accoglienza non hanno ancora acquisito le competenze e i legami che consentirebbero di iniziare una vita autonoma, produttiva e inserita nel tessuto sociale della comunità. La rete di prima accoglienza offre alcuni servizi di natura legale, sociale, linguistica, (non sempre in modo strutturato e non per tutti), mentre per i minori stranieri non accompagnati sono previsti programmi di integrazione scolastica e sociale (in Ticino la presa in carico è a cura delle strutture scolastiche fin dalla prima accoglienza).

Coinvolgere il personale di questi enti è prioritario sia per evitare che i migranti si ritrovino in condizioni di marginalizzazione troppo a lungo, sia per raggiungere l'obiettivo comune dell'inclusione e permettere ai rifugiati titolari di protezione internazionale di portare il loro contributo alla società che li ha accolti.

Inoltre, gli Enti del Terzo Settore e in particolare le associazioni non profit che si occupano di assistenza sociale, cultura, salute, educazione sono spesso in prima linea nei processi di accoglienza e integrazione. Associazioni piccole e grandi, con il supporto di personale formato e di volontari, fanno da ponte tra migranti e amministrazione comunali, ASL, scuole etc.



1.1.4 Migranti adulti e minori

È importante prevedere la loro partecipazione attiva nell'elaborazione di un modello di comunicazione interculturale condiviso. A queste persone è importante offrire, oltre alla possibilità di essere ascoltati, l'opportunità di partecipare alle decisioni che riguardano la loro vita. Per far sì che diventino soggetti attivi della comunità che li ospita è necessario conoscere la loro cultura e valorizzare le loro competenze, attitudini, comportamenti, abilità etc. Essi sono portatori di risorse e progetti che vanno riconosciuti e accolti.

1.1.5 Cittadini

Le comunità locali coinvolte nel progetto hanno alcune peculiarità: si tratta spesso di territori montani e di frontiera, costituiti da agglomerati urbani di piccole e piccolissime dimensioni con forte controllo sociale esercitato dalla comunità e conseguente timore nei confronti di chi viene visto come *straniero*. Il ruolo dei cittadini è naturalmente molto importante nel processo di inserimento di migranti: solo con la loro partecipazione è possibile diffondere la cultura dell'inclusione e agevolare l'interazione tra abitanti e migranti.

Il coinvolgimento dei cittadini risulta inoltre fondamentale se si vuole raggiungere il livello di prossimità che permette di superare alcune rappresentazioni sociali dovute alla comunicazione, sia quando tende alla "denigrazione" del diverso, sia quando intende scardinare i pregiudizi.

1.1.6 Imprese e altre organizzazioni

L'inserimento lavorativo dei migranti è un aspetto strategico per avviare un processo di partecipazione alla vita della comunità. Coinvolgere le imprese e le organizzazioni del territorio e sondare la disponibilità ad assumere personale individuato tra i migranti è un'attività prioritaria.

In particolare, per le imprese più attente all'impatto sul territorio, l'inserimento di richiedenti asilo e titolari di protezione internazionale può portare risultati interessanti in termini di reputazione.

Nel caso delle PMI il soggetto da coinvolgere nelle attività di comunicazione è direttamente l'imprenditore, mentre per le imprese più grandi è necessario mettersi in contatto con il responsabile del personale o, quando presente, il CSR Manager o il Diversity Manager: due figure professionali che si occupano quotidianamente di sostenibilità e inclusione lavorativa.

Integrare i rifugiati nel mondo del lavoro è una scelta che sottolinea l'impegno per la valorizzazione di tutte le diversità e arricchisce la relazione con i collaboratori.

1.1.7 Operatori del mondo della cultura

Coloro che si occupano di cultura, a partire dalla scuola fino a giungere a enti e organizzazioni che gestiscono spazi culturali, teatri, laboratori etc. ricoprono un ruolo importante nel processo di integrazione culturale. In particolare quando, attraverso il loro lavoro anche creativo, sperimentano nuove forme di comunicazione "interculturale" che consentono di portare la narrazione della migrazione e i suoi messaggi più importanti a pubblici più ampi.

1.1.8 Media locali

I media forniscono a volte letture allarmistiche del fenomeno della migrazione. Il progetto intende coinvolgerli per dare vita a una riformulazione della narrazione sulla migrazione. In particolare è utile coinvolgere i media locali che hanno caratteristiche specifiche, come prossimità, immediatezza, identità: elementi utili per diffondere la pluralità di culture, lingue, punti di vista. In una società globalizzata le identità locali assumono un fondamentale ruolo di connettività sociale.

1.2 Identificare e classificare gli stakeholder

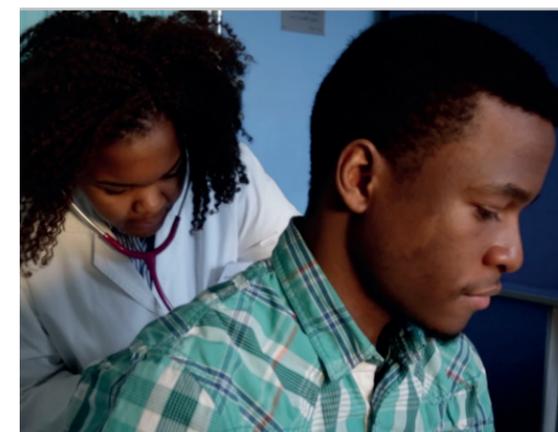
Per capire quali sono i portatori d'interesse relativi alla comunicazione è necessario identificarli e successivamente classificarli.

1.2.1 Individuare e classificare gli stakeholder

Per individuare e classificare gli stakeholder si possono utilizzare diversi criteri. Un modello classico è quello impostato su due variabili: l'interesse e il potere. L'interesse indica il livello di influenza che lo stakeholder ha in termini di obiettivi, attività, risultati mentre il potere indica la capacità dello stakeholder di sostenere oppure ostacolare il progetto.

A seconda dei valori (basso/alto) delle due variabili, è possibile individuare quattro tipologie di stakeholder: marginale, istituzionale, chiave, operativo.

Lo stakeholder marginale ha un basso interesse ma anche un basso potere: si tratta di solito di soggetti che vivono indirettamente il rapporto con il progetto e influenzano poco le sue attività. Lo stakeholder istituzionale è rappresentato dai soggetti che partecipano indirettamente alla vita del progetto ma possono esercitare una funzione di controllo o di supporto. Sono stakeholder operativi, con alto interesse ma basso potere, i soggetti coinvolti in maniera significativa in termini di ricadute organizzative e attività svolte ma che hanno però scarsa influenza sulle decisioni del progetto. Infine possono essere definiti stakeholder chiave, con alto interesse e alto potere, i soggetti che hanno un ruolo importante nello sviluppo del progetto sia perché interessati in prima persona ai risultati sia perché hanno un forte potere nelle decisioni da prendere.





1.2.2 Creare la mappa degli stakeholder (ecosistema)

La mappa degli stakeholder è uno strumento che aiuta a pianificare le azioni per coinvolgere i portatori d'interesse. Dopo averli classificati è necessario visualizzare in una mappa i soggetti coinvolti e le relazioni che intercorrono tra loro: una rappresentazione grafica che fornisce in forma sintetica il quadro degli interlocutori che influiscono direttamente sulle attività del progetto o che ne subiscono direttamente o indirettamente gli effetti.

Il lavoro di preparazione della mappa è utile anche per definire la *matrice di materialità* uno strumento che serve per *intrecciare* il punto di vista di chi realizza il progetto e quello degli stakeholder. La matrice consente infatti di identificare le tematiche più importanti per il progetto e per i portatori di interesse e a verificare il grado di allineamento o disallineamento tra prospettiva degli stakeholder e prospettiva di chi realizza il progetto.

1.2.3 Andare verso lo stakeholder engagement

Non più target da colpire ma persone da coinvolgere: in questa logica è sempre più importante individuare e chiamare in causa tutti i portatori di interesse. Conoscere cosa pensano veramente i propri interlocutori permette di poter interagire con loro. Analizzare, ascoltare, classificare gli stakeholder rappresenta quindi un obiettivo strategico per individuare le iniziative più utili per coinvolgerli.

L'attività di ascolto e ingaggio deve essere gestita in modo strutturato e continuativo. Per diventare un asset strategico è necessario utilizzare strumenti idonei: dai social network e alle piattaforme collaborative, dagli incontri one to one ai focus group.

1.3 Gli ambiti di intervento

Una comunicazione efficace deve essere studiata ad hoc pensando sia ai destinatari e alle diverse identità culturali coinvolte sia ai diversi momenti di vita delle persone.

Strumenti e modi di comunicare saranno diversi se ci si rivolge a un adulto o a un minore, se si parla di ricerca di lavoro oppure di un'iniziativa mirata all'integrazione sociale, se riguardano informazioni su diritti e doveri oppure se incentivano la partecipazione alla vita pubblica.

Importanti anche i luoghi dove avviene la comunicazione: i centri di prima accoglienza, le comunità, gli uffici pubblici sono un canale privilegiato per la presenza dei destinatari della comunicazione e possono essere utilizzati per fornire il maggior numero possibile di informazioni.

Non vanno sottovalutate le comunità locali dove questi centri sono insediati: la collaborazione tra centri di accoglienza e negozi, biblioteche, oratori del luogo è fondamentale per l'inclusione sociale.

1.3.1 Abitare

Lavorare per l'integrazione dei migranti spesso significa partire dalla casa. Esistono diverse iniziative, dall'housing sociale all'accoglienza in famiglia a misure residenziali specifiche che condividono l'obiettivo di creare dei legami umani che arricchiscano tutti.

In questo contesto la comunicazione è utile sia nell'ambito della formazione dei migranti sulle norme locali relative all'abitare, sia per chiarire dubbi e dissipare timori dei cittadini residenti.

1.3.2 Lavorare

Il percorso per l'inserimento lavorativo dei migranti è un passo cruciale per l'integrazione sociale. I soggetti che lavorano sono da una parte maggiormente accettati dai cittadini delle comunità in cui vengono accolti, sia più propensi a partecipare in modo attivo alla vita sociale. Un modello di comunicazione inclusiva relativa al contesto lavorativo dovrà tenere conto sia dei luoghi di lavoro (ad esempio, creando spazi dedicati alla convivialità che mettano in luce le diverse culture ed esigenze dei dipendenti anche migranti, mettendo a punto strumenti dedicati ai colleghi locali etc.) sia dei soggetti incaricati dei percorsi di orientamento e formazione.

1.3.3 Studiare

La scuola rappresenta un luogo molto importante dove la comunicazione passa dai bambini alle famiglie, per questo è considerata anche un canale di comunicazione.

Le diverse iniziative organizzate nelle scuole, come testimonianze o incontri con migranti, permettono agli studenti di capire meglio una realtà spesso lontana dalla loro e per cui spesso hanno pregiudizi. Sentire il racconto di un migrante accorcia le distanze e sgretola paure e stereotipi. L'approccio della comunicazione nelle scuole varia molto in base all'età degli studenti: nelle scuole primarie si utilizza soprattutto il gioco mentre nelle scuole secondarie è possibile approfondire altri temi legati alle migrazioni come la geopolitica, i problemi del Terzo e Quarto mondo etc.

1.3.4 Curarsi

Il tema della salute è probabilmente l'ambito in cui la comunicazione è più difficoltosa perché le implicazioni sociali e sanitarie sono considerevoli. Il fenomeno migratorio coinvolge lavoratori, minori, rifugiati etc., categorie diverse con bisogni e livelli di vulnerabilità differenti.

È importante collaborare alla creazione di una rete tra centri di accoglienza, farmacie, studi medici e ospedali per renderli luoghi dove realizzare attività di comunicazione mirata.

1.3.5 Tempo libero

Anche le associazioni sportive o di volontariato, le biblioteche, i centri sociali e gli oratori sono luoghi dove promuovere la cultura della diversità e dell'inclusione.

Il vantaggio della comunicazione in questi spazi è di poter essere meno "formale" e più diretta.

In molti casi questi luoghi già rappresentano una società sempre più multiculturale e in questi contesti i migranti possono avere uno scambio attivo di comunicazione, mostrare la propria identità e osservare gli altri in uno scambio alla pari.

SECONDA PARTE I LINGUAGGI E GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Il profondo cambiamento in corso nella comunicazione anche a seguito della *rivoluzione digitale* richiede un ripensamento su linguaggi, canali e messaggi da veicolare. Ma se è in atto una grande trasformazione non bisogna dimenticare che alcuni principi non cambiano: la comunicazione deve essere sempre chiara, semplice, trasparente.

La comunicazione di temi quali l'integrazione, l'accoglienza, le dinamiche dei flussi migratori richiede competenze specifiche fondamentali anche per gestire il lavoro quotidiano degli uffici pubblici e degli Enti del Terzo Settore. I messaggi da diffondere sono riconducibili principalmente a tre grandi categorie: la comunicazione sull'immigrazione, che comprende messaggi destinati alla comunità locale relativi alla realtà dell'immigrazione e dell'accoglienza; la comunicazione di servizio, rivolta ai migranti, che li informa dei propri diritti, doveri e dei percorsi previsti dai servizi e dalle politiche; la comunicazione di cittadinanza, sempre rivolta ai migranti, che incentiva la partecipazione alla vita pubblica.

Diversamente dalla comunicazione rivolta alla comunità locale, comunicare con i migranti porta con sé alcune difficoltà che toccano diverse sfere: emotive, culturali, relazionali, oltre naturalmente alle differenze linguistiche. Comunicare con persone che non conoscono la lingua del posto è una questione molto delicata, che insieme alle peculiarità della comunicazione non verbale e della prossemica, nonché del sistema valoriale e dei modelli di strutture sociali tipici delle varie culture, rende necessario un approccio empatico ma competente nelle diverse situazioni di contatto con i migranti.

La figura del mediatore culturale è spesso fondamentale per consentire un processo comunicativo efficace che permetta agli operatori di reperire tutte le informazioni necessarie allo svolgimento del loro lavoro e ai migranti di comprendere correttamente le richieste e le informazioni relative a diritti, doveri e vita nella comunità.

Nel contesto generale è importante integrare il tema della comunicazione empatica informale: lo scambio di prossimità che si svolge nella vita quotidiana aggirando spesso i problemi di incomprensione linguistica e culturale.

La seconda parte di queste linee guida è dedicata all'importanza della scelta del linguaggio da utilizzare e alla identificazione degli strumenti di comunicazione più utili per raggiungere gli obiettivi del progetto.

2.1 Scegliere il linguaggio

La chiarezza e la semplicità consentono di arrivare alla testa e al cuore delle persone. Per questo ogni comunicazione, in qualsiasi contesto, deve tener conto di questi due valori.

Comunicare in modo trasparente, inoltre, deve essere un obiettivo prioritario nel rapporto con i propri pubblici di riferimento, in particolare per gli enti pubblici e per le organizzazioni che si occupano dell'accoglienza e della gestione della comunicazione con i migranti: il loro approccio può avvicinare o inconsapevolmente "creare barriere".

2.1.1 Dal linguaggio scritto a quello multimediale

La scelta del linguaggio influisce sull'efficacia della comunicazione: un linguaggio non adatto può compromettere la corretta comprensione del messaggio. Per esempio, un'informazione importante destinata a ragazzi adolescenti e veicolata attraverso un linguaggio scritto e formale potrebbe essere meno efficace di un messaggio che utilizza un linguaggio visivo o multimediale.



Linguaggio scritto

Rientrano in questa categoria tutti i messaggi che vengono trasmessi principalmente tramite la scrittura: dalle email alla reportistica, dalla modulistica alle istruzioni per l'accesso ai servizi.



Linguaggio parlato

Il linguaggio parlato viene usato principalmente da operatori a contatto diretto con i migranti come il personale degli sportelli informativi che si occupano di erogazione di servizi, i volontari delle associazioni del territorio, gli educatori delle strutture di accoglienza.

Per gli operatori agli sportelli e i volontari, la comunicazione riguarda soprattutto la gestione di richieste di documenti – permessi di soggiorno, prescrizioni mediche, moduli per la scuola etc. – e l'assistenza per il disbrigo di pratiche di varia natura (informazioni su dove recarsi, orari etc.). In questo caso il linguaggio utilizzato dovrà sempre essere semplice anche se formale.

Gli educatori, invece, hanno spesso la necessità di creare relazioni più profonde con i migranti, parlando della loro storia, dei viaggi, delle famiglie, degli obiettivi per il futuro. Il linguaggio sarà quindi meno impersonale e più orientato a stabilire un contatto e creare un rapporto di fiducia.





Linguaggio visivo

È un tipo di linguaggio che si avvale principalmente della grafica, affiancata o meno da testi. È il linguaggio delle affissioni, delle brochure, dei volantini, delle pagine pubblicitarie sulle testate locali. Viene utilizzato per diffondere un messaggio a un pubblico ampio (inviti a eventi, presentazione di nuovi servizi etc.).



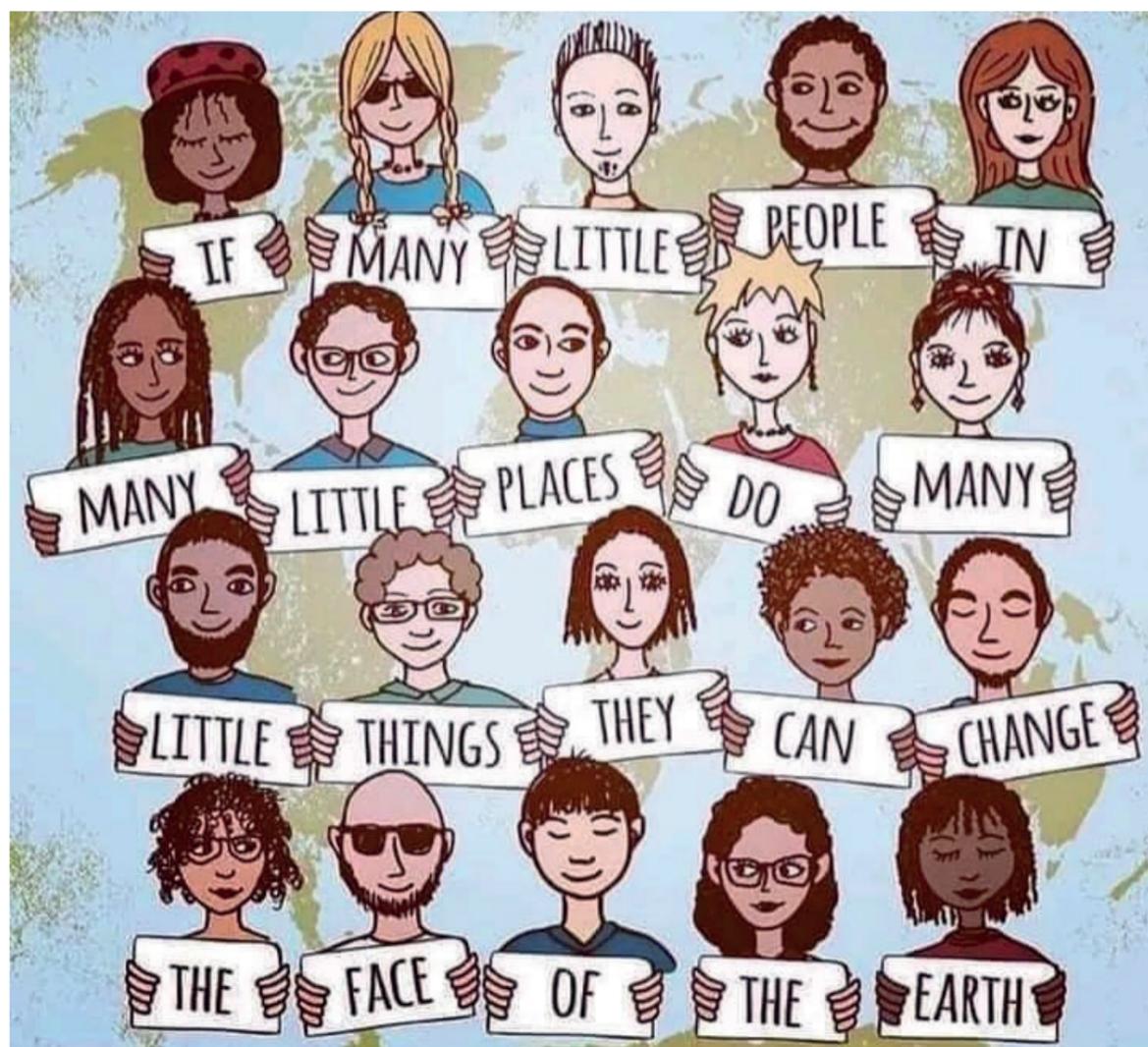
Linguaggio audiovisivo

Comprende spot televisivi o realizzati per il web, video, tutorial scaricabili o inseriti in mediateche consultabili online. Può essere utilizzato per spiegare alcune procedure base (compilazione moduli, raccolta documenti, norme di comportamento nei luoghi pubblici etc.) o per familiarizzare con la lingua della comunità.

Linguaggio multimediale



Mescola linguaggi diversi, dai testi alle immagini ai video, e spesso è interattivo: prevede la partecipazione dell'utente che viene coinvolto in un percorso che va dalla trasmissione alla comprensione del messaggio. È il linguaggio utilizzato ad esempio per le app e gli strumenti come i totem informativi. Pensato per i giovani, può essere utilizzato anche per pubblici più ampi.



2.1.2 Dal linguaggio formale a quello informale

Il linguaggio può essere più o meno formale, più o meno tecnico, oppure in alcuni casi far leva sulla commozione o assumere un tono assertivo.

Il livello di formalità può essere diverso in funzione dell'ambito di applicazione: per esempio, nel rapporto con le istituzioni locali è richiesto un tono più formale mentre in altre situazioni, come la promozione di attività per il tempo libero, è auspicabile utilizzare un linguaggio informale.

Lo stesso vale per il linguaggio tecnico: è corretto utilizzarlo in ambiti specifici, come per esempio nella gestione della comunicazione della salute (condivisione delle norme igienico-sanitarie, rapporto medico-paziente etc.) o della documentazione relativa al lavoro, mentre è meno opportuno per moduli di iscrizione a corsi ricreativi o inviti ad eventi.

Anche la comunicazione destinata alla comunità può avere stili differenti: commovente, quando cerca di creare un rapporto empatico con le persone per abbattere un pregiudizio oppure assertivo quando si spiega in modo *genitoriale* come cambiare un comportamento.

2.2 Scegliere gli strumenti

In un sistema di comunicazione molto articolato strumenti come la televisione, l'affissione, la radio, la stampa, mantengono un ruolo importante anche se cambia la modalità di fruizione.

I media digitali, gli eventi, l'attività di ufficio stampa sono considerati sempre più strategici. Una accelerazione che nel periodo della crisi sanitaria ha portato ad un maggior utilizzo delle piattaforme sociali online e dei sistemi di instant messaging.

2.2.1 I media classici

Rientrano in questa categoria brochure, volantini, manifesti, spazi pubblicitari sui media locali, spot tv e radio.

Si tratta di strumenti utili per comunicare a un pubblico ampio (che comprende anche i cittadini che non usano abitualmente internet) i servizi offerti da un'associazione o uno sportello comunale, gli appuntamenti aperti al pubblico (eventi, spettacoli, cicli di incontri, laboratori), attività per adulti e bambini (corsi di italiano, di cucina etc.).

2.2.2 Gli strumenti digitali

Lo sviluppo tecnologico permette oggi livelli di interazione impensabili fino a qualche anno fa e smartphone e altri device stanno cambiando la comunicazione tra persone: strumenti facili da usare che hanno avvicinato al digitale anche chi non utilizza il computer. Una rivoluzione culturale che ha tra i suoi strumenti più potenti social network, app, siti, newsletter e blog.

I social network hanno rovesciato tutti i parametri della conversazione e rappresentano oggi il modo più rapido per comunicare permettendo con pochi click di attivare conversazioni degli utenti su un'iniziativa, una campagna, un fatto di cronaca. Le persone sono sempre più interessate a contribuire al dibattito con le proprie opinioni, a volte anche con le proprie azioni.

Anche per questo i social network sono tra i mezzi più utilizzati per le operazioni di community building, che nelle comunità che accolgono i migranti possono essere d'aiuto per favorire i processi di inclusione sociale.

Naturalmente il sito web ha un'importanza strategica per i soggetti istituzionali e del privato sociale che si occupano di accoglienza e gestione del rapporto con i migranti. Avere un sito chiaro, possibilmente tradotto in più lingue, con riferimenti semplici e immediati a tutti i servizi spesso riduce chiamate e incontri di persona per la richiesta di semplici informazioni.

Molte associazioni (ma anche enti pubblici) hanno una propria newsletter che, con cadenza più o meno ravvicinata, informa un ampio pubblico di iscritti delle iniziative, dei servizi e dei progetti in avvio o in corso.

I blog sono più utilizzati per contenuti di approfondimento, ma non per questo sono meno interessanti come strumento di comunicazione: sono spazi dove approfondire anche aspetti culturali legati al fenomeno migratorio che spingono alla riflessione anche i cittadini delle comunità di riferimento.

Le applicazioni di messaggistica istantanea come Whatsapp e Telegram sono diventate di uso quotidiano, sia per le comunicazioni di servizio sia per le comunicazioni personali. La gratuità, la semplicità d'uso e la sicurezza ne fanno strumenti di riferimento per migranti in tutto il mondo.

Un altro strumento che comincia a essere diffuso e approfondito a livello di ricerca da atenei, istituti pubblici etc. sono le applicazioni dedicate ai migranti.

Nascono principalmente con l'obiettivo di semplificare lo scambio di informazioni e di comunicazioni tra migranti, autorità pubbliche e società civile su temi come casa, lavoro, istruzione e salute. Di norma sono realizzate in più lingue e spesso si interfacciano con altri strumenti e piattaforme già in uso in un determinato territorio.

2.2.3 Gli eventi e la comunicazione non convenzionale

Per comunicare con le persone l'evento può essere uno strumento interessante per il suo carattere poliedrico e modulare, per la relazione one-to-one e per l'alto grado di comunicabilità.

Oggi sono diffusi anche gli eventi non convenzionali, che ribaltano i modelli tradizionali e il rapporto con il pubblico: non sono più le persone ad andare verso il prodotto o servizio ma è l'organizzazione che va dalle persone nel loro ambiente, dove vivono, lavorano, studiano, acquistano.

Organizzare un evento aperto alla cittadinanza può essere utile quando si vuole aprire un dibattito su un tema importante, presentare i risultati di un progetto, coinvolgere il pubblico in una nuova iniziativa.

2.2.4 L'ufficio stampa e il rapporto con i giornalisti

I social network e l'ecosistema della comunicazione digitale hanno profondamente modificato l'attività dell'ufficio stampa: anche grazie al web, il rapporto con i giornalisti è molto cambiato e l'attività di media relations ha subito una rapida trasformazione.

Oggi è sempre più importante proporre storie e raccogliere testimonianze che possano interessare i lettori del media che si intende coinvolgere. In generale i contenuti vanno semplificati e corredati da foto, dati, video per essere maggiormente fruibili online.

È necessario identificare con chiarezza a chi si vuole parlare, valutare se i contenuti possono interessare il pubblico di riferimento, considerare codice, stile, posizionamento del media con cui si intende collaborare. Ma soprattutto è fondamentale decidere cosa dire e focalizzare i messaggi chiave.

Riepilogo soggetti - tipo comunicazione - linguaggi - strumenti

	Comunicazione sull'immigrazione	Comunicazione di servizio	Comunicazione di cittadinanza
Enti pubblici	<p>Linguaggi: visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: brochure, affissioni, spot, attività interattive, sito web, newsletter, app, eventi</p>	<p>Linguaggi: scritto, parlato, visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: moduli e istruzioni, brochure, video e tutorial, giochi di ruolo, app, social network, sito web</p>	<p>Linguaggi: scritto, parlato, visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: brochure, volantini, spot radio e tv, social network, eventi, sito web, newsletter</p>
Cooperative e associazioni	<p>Linguaggi: visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: brochure, attività interattive, sito web, social network, newsletter, app, eventi</p>	<p>Linguaggi: scritto, parlato, visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: moduli, brochure, video e tutorial, giochi di ruolo, app, social network, sito web</p>	<p>Linguaggi: parlato, visivo, audiovisivo, multimediale</p> <p>Strumenti: brochure, volantini, spot radio e tv, social network, eventi, sito web, newsletter</p>



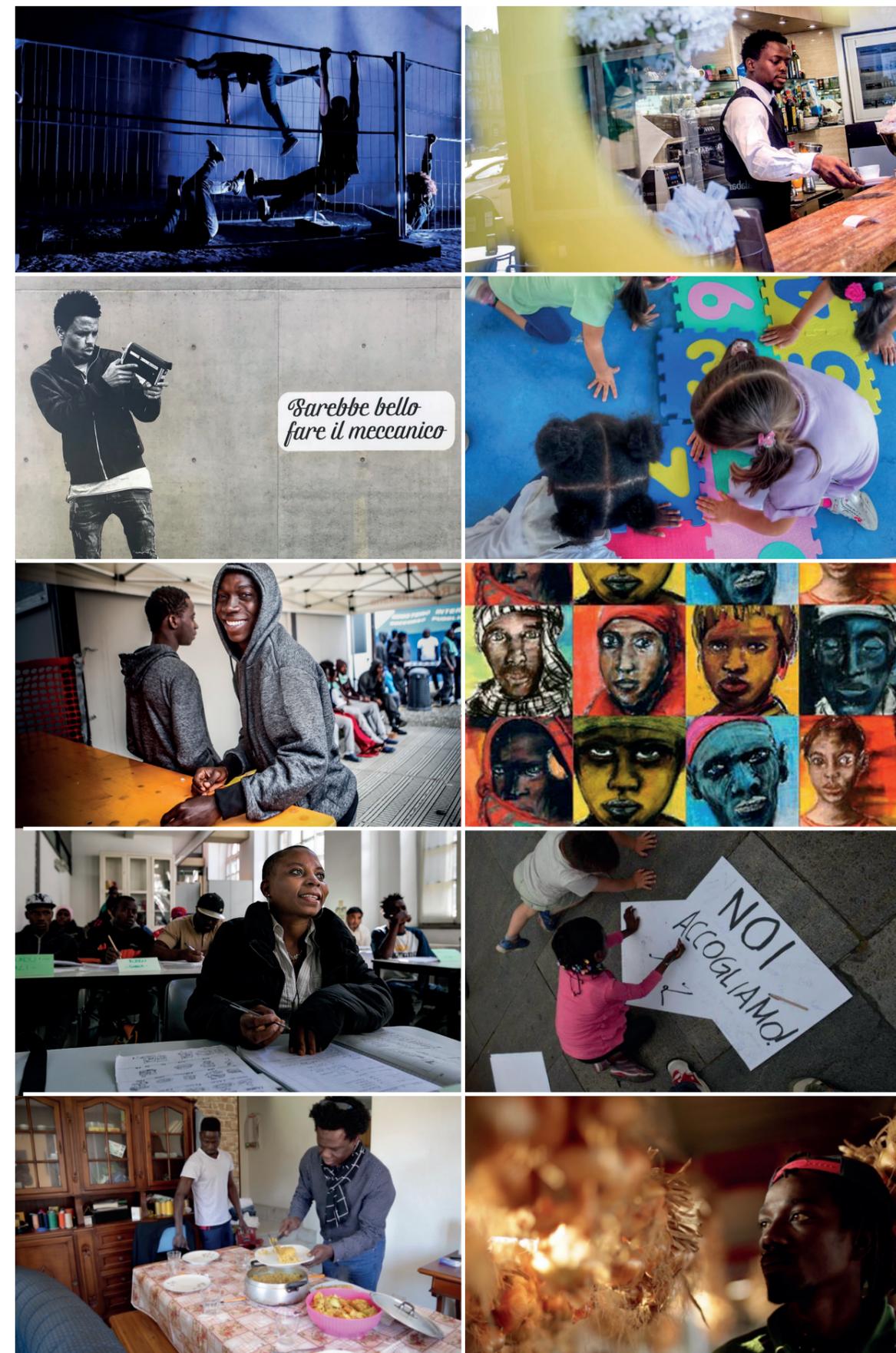
TERZA PARTE FONTI DI BENCHMARKING

Raccogliere e analizzare esperienze realizzate da soggetti diversi in territori differenti è un'attività spesso utile per trarre ispirazione: per questa ragione la terza parte del documento presenta esempi di iniziative realizzate a livello locale o nazionale, in Italia e nel territorio ticinese.

La presentazione è sotto forma di scheda per rendere più facile la consultazione e la lettura.

Le iniziative prese in esame riguardano esperienze di formazione, avviamento al lavoro, inclusione sociale, sensibilizzazione degli studenti etc. e sono:

- Fare sistema oltre l'accoglienza
- Piccoli Comuni del Welcome
- CAP di Bari
- Finestre – Storie di rifugiati
- Incontri per caso
- Raccontare le migrazioni. Teatro e comunicazione interculturale /Avanti avanti migranti! Escape and arrival
- EXODOS rotte migratorie, storie di persone, arrivi, inclusione
- Terrae...
- Pre-tirocinio d'integrazione Ristor'Apprendo
- ConTAKT-museo.ch
- Progetto Silver
- Faticando, Pedalando
- Laboratorio di comunicazione audiovisiva "Immaginando"
- Trasguardi (Il Mondo al Parco)
- Terra Cognita
- Fuggire – Mostra e sussidio didattico virtuale.



FARE SISTEMA OLTRE L'ACCOGLIENZA

Descrizione

Fare sistema oltre l'accoglienza è un programma di inclusione per persone in condizioni di vulnerabilità. Ha come scopo l'inserimento di giovani e adulti, minorenni e maggiorenni, stranieri e italiani in contesti socio-lavorativi esistenti sul territorio, con particolare attenzione alle regioni del Sud Italia. I migranti vengono coinvolti in percorsi di formazione professionale teorica e pratica, attraverso tirocini formativi cofinanziati in azienda. Al termine della fase formativa si avvia la stipula di un contratto di lavoro dipendente oppure una propria attività imprenditoriale.

Il progetto ha realizzato un'attività, ora conclusa, per i minori stranieri non accompagnati MSNA e minorenni italiani disagiati nella Sicilia orientale. I MSNA, arrivati in Italia hanno come obiettivo primario un rapido inserimento lavorativo, per ottenere un minimo reddito da inviare alle proprie famiglie di origine a volte senza un sufficiente percorso di formazione scolastica. Anche per questo esiste il forte pericolo del loro reclutamento da parte di organizzazioni criminali.

Il progetto, rivolto a ragazzi prossimi alla maggiore età o neo-maggiorenni, sia italiani che stranieri, in condizioni di vulnerabilità economica e sociale, ha previsto:

- formazione professionale e tirocini aziendali, accompagnamento all'inserimento lavorativo dipendente e autonomo;
- corsi di alta formazione per gli operatori dell'accoglienza e per giovani mediatori culturali;
- creazione di una rete nazionale di aziende e famiglie con nodi territoriali per l'accoglienza e l'accompagnamento all'inserimento socio-economico.

Destinatari

Migranti, MSNA, cittadini italiani maggiorenni e minorenni in situazione di disagio.

Obiettivi

- promuovere un percorso di inclusione lavorativa di giovani immigrati
- evitare deviazioni verso attività criminali

Soggetti coinvolti

Comunità, associazioni locali, aziende

Strumenti di comunicazione

La comunicazione del progetto nel suo complesso può contare su:

- un sito ben articolato - www.faresistemaoltrelaccoglienza.it
- una pagina Facebook seguita da 1855 persone
- un canale YouTube con 171 iscritti (canale di **AMU - Azione per un Mondo Unito**, referente regionale del progetto).
- una brochure.

Il sito è costantemente aggiornato con i nuovi progetti e i risultati di quelli conclusi.

La comunicazione passa attraverso i social in cui vengono indicati eventi, incontri, la possibile collaborazione con la cittadinanza o con le aziende etc.

Sul canale YouTube vengono inseriti video di famiglie che raccontano la loro esperienza nella rete o di migranti beneficiari del progetto.

Perché è interessante

Il progetto contiene numerosi *sottoprogetti*. Gli strumenti di comunicazione permettono una maggior amplificazione di tutti i progetti, anche quelli più piccoli sia per numero di beneficiari sia di organizzazioni coinvolte.

La comunicazione delle singole iniziative costituisce un traino per tutto il progetto anche quando i post, per esempio, riguardano una sola attività.

L'idea base, creare una rete con associazioni, famiglie, aziende, rende il progetto multistakeholder e molto diffuso sul territorio.



PICCOLI COMUNI DEL WELCOME

Descrizione

Il progetto *Piccoli comuni del Welcome* nasce nelle province di Benevento e Avellino dove sono attivi 13 centri SPRAR. L'obiettivo generale è migliorare le condizioni di vita degli abitanti nei comuni con meno di 5.000 abitanti, attraverso interventi di imprenditoria sociale rivolti agli immigrati che intendono stabilirsi in queste comunità e ai disoccupati originari del posto che intendono rimanervi o farvi ritorno.

La proposta prevede la realizzazione di percorsi formativi con rilascio di qualifica per 100 immigrati e la costituzione di 10 cooperative di comunità impegnate nei servizi di prossimità e attive nel campo dell'agricoltura sociale, del turismo, dell'artigianato, dei servizi manutentivi e del welfare locale. Le nascenti cooperative si potrebbero inserire all'interno di un sistema consortile già esistente e consolidato sul territorio. Sono previste anche attività di animazione culturale, sensibilizzazione e coinvolgimento della comunità migrante.

Il punto focale del progetto è stata la realizzazione del "Manifesto per una Rete dei Piccoli Comuni Welcome" e del "Camper del Welcome" che sta girando i Piccoli Comuni d'Italia per la promozione continua dell'iniziativa.

I promotori principali sono Caritas Benevento e Rete di Economia civile "Sale della Terra".

Oggi la Rete Welcome conta 32 piccoli comuni su tutto il territorio nazionale.

Destinatari

Migranti e comunità locali

Obiettivi

- trasformare i piccoli comuni in luoghi di accoglienza e di crescita sociale ed economica
- eliminare pregiudizi e preconcetti sui migranti e sulle politiche pubbliche di gestione

Soggetti coinvolti

Istituzioni, associazioni, cooperative

Strumenti di comunicazione

Il progetto, nel suo complesso ha:

- un sito <https://piccolicomuniwelcome.it/> Il sito riporta molte news anche se non è aggiornato nella parte dedicata alle attività del progetto
- alcuni social network: Facebook (1872 persone seguono la pagina), Instagram (1.420 follower), Twitter (1.429 follower) e YouTube (Canale della Caritas BN Sale della Terra con 172 iscritti)

La comunicazione passa attraverso i social in cui vengono indicati eventi, incontri, la possibile collaborazione con la cittadinanza o con le aziende etc.

Sul canale YouTube vengono inseriti video di famiglie che raccontano la loro esperienza nella rete o di migranti beneficiari del progetto.

Perché è interessante

L'iniziativa si fonda sull'attenzione al territorio, utilizza in modo intelligente i fondi messi a disposizione dallo Stato e propone una visione delle "nuove" comunità che si creano basate sulla solidarietà e sull'inclusione.

La realizzazione del Manifesto, fulcro del progetto, ha permesso di avere uno strumento facilmente comunicabile e notiziabile.

Sui social vengono postate le attività e i video realizzati nei diversi comuni che hanno aderito all'iniziativa: questo permette di avere molti contenuti da poter condividere e favorisce la creazione di una rete.



CAP DI BARI

Descrizione

Il CAP, *Centro di servizio di Ateneo per l'Apprendimento Permanente*, è un servizio dell'Università degli Studi di Bari la cui funzione principale è quella di promuovere e sostenere i processi di apprendimento permanente nel contesto universitario e certificare e accreditare le competenze acquisite in contesti formali e informali trasformandoli in crediti formativi spendibili nella formazione accademica. Si rivolge in particolare a migranti che desiderano avviare un processo di riconoscimento e certificazione dei titoli culturali e professionali acquisiti nei Paesi d'origine.

Il servizio è stato rivolto soprattutto a persone provenienti da Paesi in stato di guerra (Siria, Pakistan, Afghanistan, Yemen, Eritrea, Africa), già titolari di asilo o di protezione sussidiaria e umanitaria. Grazie ad una procedura semplificata per il riconoscimento e la valutazione delle equivalenze dei titoli di studio in vista dell'iscrizione ai corsi di studio dell'ateneo barese, anche in assenza di evidenze e documentazione originale e provvedendo ad un consistente esonero delle tasse per l'equipollenza e per l'iscrizione.

Il percorso prevede la predisposizione delle pratiche per la ricostruzione del proprio dossier di competenze ed esperienze acquisite in contesti non formali. A conclusione della procedura viene rilasciato un dossier personale utilizzabile nella ricerca attiva del lavoro, che testimonia il possesso e la valutazione qualitativa e quantitativa delle competenze principali.

Un importante valore aggiunto delle attività proposte consiste nella sperimentazione di percorsi di certificazione delle competenze trasversali (comunicazione, negoziazione, gestione dello stress, decision making ecc.) acquisite in contesti formali e informali dagli utenti nei Paesi d'origine, per esempio attraverso esperienze di lavoro e di volontariato.

Il CAP ha inoltre attivato bandi per la elezione 'Studenti Mentori'. Una volta selezionati, questi studenti aiutano i loro colleghi stranieri nell'inserimento, accademico e sociale.

Destinatari

Migranti titolari di asilo o di protezione sussidiaria umanitaria e non

Obiettivi

- agevolare gli studi dei migranti riconoscendo quanto fatto nel proprio paese di origine
- agevolare la ricerca di lavoro grazie alla certificazione di competenze e skill

Soggetti coinvolti

Università degli Studi di Bari

Strumenti di comunicazione

Gli strumenti principali del progetto sono:

- pagina dedicata sul sito dell'Università di Bari
- pagina Facebook che ha raccolto 1825 mi piace

Perché è interessante

Il progetto permette ai migranti di poter accedere in modo semplice, senza perdere le esperienze pregresse, all'università dove oltre a studiare sono coinvolti nella vita sociale di ateneo.



FINESTRE – STORIE DI RIFUGIATI

Descrizione

Il progetto *Finestre – Storie di rifugiati* porta nelle scuole medie la testimonianza di migranti. I rifugiati condividono le proprie storie ed esperienze personali con i ragazzi per far comprendere meglio le guerre, le persecuzioni, il viaggio per arrivare in un paese straniero. I rifugiati sono accompagnati da un facilitatore che presenta l'argomento e aiuta il dibattito.

In preparazione degli incontri vengono offerti a studenti e docenti diversi strumenti e materiali educativi:

- Guida per gli insegnanti
- “Nei panni dei rifugiati”, una raccolta di schede, rivolta a studenti italiani e composta da 8 argomenti:
 - Guerre e persecuzioni
 - Diritti umani
 - Diritto d’asilo
 - Donne rifugiate
 - Bambini rifugiati
 - Rifugiati in Italia
 - Rifugiati celebri
 - Società interculturale

Dopo ogni incontro viene organizzato un **Focus di approfondimento** a cura dei docenti della scuola, con il supporto della Fondazione Astalli.

Destinatari

Docenti e studenti

Obiettivi

- favorire una riflessione e un cambio di prospettiva nei giovani studenti sul tema dell'esilio, grazie al contatto diretto con rifugiati e l'ascolto delle loro storie
- ridurre le diffidenze e i pregiudizi e avviare un cambiamento di prospettive

Soggetti coinvolti

Migranti, Fondazione Astalli, scuole del territorio

Strumenti di comunicazione

Il Centro Astalli utilizza diversi strumenti:

- il sito dove viene descritto il progetto <https://centroastalli.it/>
- la pagina Facebook seguita da 17.137 persone.

I **materiali del progetto** disponibili online, scaricabili e stampabili sono:

- 1 sussidio *Nei panni dei rifugiati* in versione stampabile con **8 schede didattiche**
- consigli per libri, film e serie tv da vedere sui temi del progetto
- 5 focus di approfondimento
- Materiale didattico di approfondimento.

Una parte fondamentale del progetto è la comunicazione frontale con i ragazzi che vista l'età e i temi trattati richiede la mediazione di un facilitatore.

Perché è interessante

Il punto di forza del progetto è la possibilità per i ragazzi di conoscere un rifugiato, di ascoltare il racconto dell'esperienza dell'esilio dalla voce di chi l'ha vissuta in prima persona.

Il contatto diretto con i richiedenti asilo crea un legame empatico, una immedesimazione, che spesso riesce ad eliminare pregiudizi creati dalla non conoscenza. Per i migranti sono occasioni per entrare in contatto con giovani, abbattere le barriere e modificare stereotipi.

Il percorso è molto articolato e vengono affrontate le principali tematiche dando ai ragazzi una visione a 360° del problema.



INCONTRI PER CASO

Descrizione Il progetto *Incontri per caso* ha consentito agli studenti del triennio dell'Istituto Tecnico Commerciale Paritario Giacomo Leopardi di Siderno di svolgere conversazioni con migranti di madrelingua francese che, a cadenza settimanale, hanno offerto le proprie competenze come modalità per restituire un servizio alla comunità che li aveva accolti. Il progetto riesce a coniugare lo studio della lingua con la conoscenza dei flussi migratori e dei paesi di origine dei migranti.

È stato creato uno spazio di incontro, in lingua francese, dove i migranti, provenienti da paesi francofoni, sono diventati insegnanti, utilizzando le proprie abilità linguistiche come strumento e ogni lezione si è trasformata in una occasione per conoscere i contesti di provenienza dei rifugiati, le motivazioni che li spingono a rischiare tutto per arrivare in Europa e i problemi di integrazione.

Destinatari Docenti e studenti

Obiettivi Favorire lo scambio interculturale tra ragazzi e giovani immigrati

Soggetti coinvolti Migranti beneficiari del progetto SPRAR, ReCoSol – Rete dei Comuni Solidali e Istituto Tecnico Commerciale Paritario Giacomo Leopardi

Strumenti di comunicazione Il progetto è stato promosso con diversi strumenti:

- il sito di ReCoSol
- pagina Facebook di ReCoSol seguita da 6.248 persone
- comunicazione frontale con i ragazzi

Perché è interessante Il progetto è riuscito a trasformare un fattore negativo, il non parlare italiano, in un plus. È stato enfatizzato il valore delle differenze culturali e della condivisione di usi e costume diversi. Gli studenti hanno potuto capire veramente la situazione che riguarda i migranti e i richiedenti asilo o i beneficiari di protezione internazionale. Il progetto, grazie alla sua notiziabilità, è stato raccontato da molte testate, locali e nazionali.



RACCONTARE LE MIGRAZIONI. TEATRO E COMUNICAZIONE INTERCULTURALE AVANTI AVANTI MIGRANTI! ESCAPE AND ARRIVAL

Descrizione Sono due iniziative dell'Accademia Teatro Dimitri di Verscio. Il progetto "Raccontare le migrazioni" è partito da un lavoro di ricerca in campo sociologico e storico, volte a contestualizzare la migrazione sul territorio ticinese. Nella seconda parte del progetto, a partire dai materiali di approfondimento, il gruppo di pedagoghi del teatro ha lavorato con gli allievi di due classi di scuola elementare di Ascona e una di scuola media di Locarno. Utilizzando diverse pratiche teatrali, gli attori hanno avvicinato gli allievi al tema della migrazione e della comunicazione interculturale, sia tenendo conto degli spunti offerti dalla ricerca, sia lavorando sulle storie personali degli allievi (più di un terzo delle famiglie dei ragazzi ha un passato migratorio).

Lo spettacolo "Avanti avanti migranti!", diretto da Volker Hesse è stato realizzato da 12 artisti dell'Accademia Teatro Dimitri con la collaborazione di richiedenti asilo e rifugiati, coinvolti anche nella performance finale.

Destinatari Giovani studenti, comunità locale

Obiettivi Sviluppare un percorso di pedagogia teatrale per le scuole, volto a promuovere le competenze interculturali di allievi e docenti, unendo la ricerca sociologica e storica al lavoro teatrale con gli allievi; sensibilizzare la comunità locale sul tema delle migrazioni.

Soggetti coinvolti Accademia Teatro Dimitri (Università SUPSI), scuole del Ticino, Fondazione Gerbert Rüt (che finanzia progetti di ricerca applicata)

Strumenti di comunicazione Le informazioni sui progetti sono sul sito dell'accademia www.accademiadimitri.ch L'accademia ha anche profili social Facebook, Instagram, Twitter (non utilizzato dal 2019) e un canale Vimeo su cui sono caricati 8 video.

Perché è interessante Perché sceglie un canale artistico (teatro) sia per coinvolgere i migranti sia per coinvolgere gli studenti e la comunità locale.



EXODOS ROTTE MIGRATORIE, STORIE DI PERSONE, ARRIVI, INCLUSIONE

Descrizione

Il progetto "Exodos" parte dalla realizzazione di una esposizione video-fotografica itinerante per comunicare la relazione tra migrazioni e integrazione.

Racconta il viaggio percorso da migliaia di persone ricercando, attraverso le immagini, le cause e le origini dell'esodo e la concretizzazione di una speranza di vita migliore, in un ciclo i cui protagonisti sono "persone".

Exodos è uno strumento di comunicazione che persegue l'obiettivo di mettere il pubblico nelle condizioni di conoscere in modo esperienziale il fenomeno delle migrazioni da differenti approcci (fotografi, videomaker, migranti, operatori dell'accoglienza, tutori ecc.) e di acquisire consapevolezza rispetto a quali siano le cause dei flussi migratori e le condizioni delle persone migranti, bilanciando l'impatto emozionale con quello informativo.

Obiettivo secondario, ma non meno importante, è valorizzare il fatto che il Piemonte ha lavorato bene nel difficile compito di garantire un percorso di accoglienza e inclusione a migliaia di famiglie al fine di creare una comunità integrata, oltre a investire risorse nei paesi di provenienza, incentivando, con la cooperazione decentrata un modello di sviluppo economico.

Exodos affronta e racconta il tema dell'esodo dei profughi osservandolo da tre diversi punti di vista:

- quello dell'esperienza diretta dei profughi e della narrazione internazionale,
- quello dell'esperienza del sistema di accoglienza,
- quello degli strumenti di inclusione della Regione Piemonte.

Le migrazioni sono eventi epocali che, nel corso dei secoli, si sono ripetuti e hanno interessato popoli e paesi di tutto il mondo. Sono fenomeni causali e si svolgono con azioni e situazioni che si ripetono nel tempo. In questi ultimi anni gli esodi dall'Africa, dalla Grecia e dalla rotta balcanica hanno provocato reazioni e atteggiamenti diversi da parte dei paesi che si affacciano sul mar Mediterraneo e anche di altri paesi europei. Tutto ciò ha provocato un fenomeno migratorio fuori controllo e anche una ingente perdita di vite umane, per i numerosi naufragi che si sono verificati dal 2014 a oggi. Molti migranti con le loro famiglie hanno superato situazioni di grave difficoltà ma sono riusciti a raggiungere parenti già residenti in Italia e in altri paesi europei.

Destinatari

Comunità, associazioni locali, scuole, operatori dei media

Obiettivi

- fornire punti di vista sfaccettati e multiformi, tanti quanti sono gli autori impegnati in questo reportage collettivo, sul fenomeno dei richiedenti protezione internazionale, con focus sui minori non accompagnati;
 - raccontare il «volto umano» della crisi dei migranti partendo dalle persone, dai volti, dalle storie;
 - consentire a materiali fotografici e video di altissima qualità, e dall'alto valore sociale, di trovare una ribalta che al contempo rappresenti una opportunità "esperienziale" di fruizione e di comunicazione.
-

Soggetti coinvolti

Regione Piemonte, Associazione Master di Giornalismo, Associazione Stampa Subalpina

Strumenti di comunicazione

La comunicazione del progetto nel suo complesso può contare su:

- Una mostra composta da 71 pannelli fotografici e due stazioni video, con il contributo di 14 fotografi e videomaker
 - Il sito del progetto europeo **www.minplusproject.eu** dove Exodos è parte integrante del "modello di comunicazione transfrontaliera" efficace
 - una pagina Facebook @exodosexit con informazioni su eventi, incontri e presentazioni
 - un catalogo di 144 pagine tradotto in inglese e francese
 - una brochure informativa "Storie di inclusione"
 - due ore di video reportage da tutto il mondo
 - la web serie "Passaggi - quando gli stranieri fanno integrazione", composta da 6 episodi disponibile sul canale YouTube della Regione Piemonte (www.youtube.com/playlist?list=PL_Tsgcfa04jZo2oeoQ9NdfRaqcBI7ZmVT)
 - il video "Dust - la seconda vita" testimonianze sui campi profughi (34')
 - un documentario di 56' con le interviste a tutti i fotografi e videomaker coinvolti
 - una serie di workshop di approfondimento.
-

Perché è interessante

La Mostra Exodos cerca di affrontare e raccontare l'esodo da diversi punti di vista: quello dell'esperienza e della narrazione internazionale e attraverso l'esperienza del sistema di accoglienza e inclusione della Regione Piemonte. A ogni passo percorso da un migrante che è fuggito dalla propria terra è corrisposto anche un passo in avanti delle istituzioni piemontesi, unito all'impegno delle numerose organizzazioni del privato sociale, nell'obiettivo comune di rendere possibile la strada di una vera inclusione.

Il progetto è iniziato nel 2017 con la prima esposizione a Torino nella sede della Regione Piemonte per poi proseguire in altre 37 location in cinque regioni italiane e la presenza al Parlamento Europeo di Bruxelles. È stato insignito con la Medaglia del Presidente della Repubblica quale iniziativa di particolare valore sociale e culturale.

Inoltre ha ottenuto: il Patrocinio del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali; l'Alto Patrocinio del Parlamento Europeo; il Patrocinio dell'Alto Commissario della Nazioni Unite per i Rifugiati (UNHCR).



TERRAE...

Descrizione

Terrae... è un progetto metà strada tra imprenditoria e inclusione sociale nato grazie alla collaborazione di Comunità Emmanuel, Arci Rieti, Caritas Diocesana e l'azienda agricola Colle Solatìo. Riguarda la coltivazione di orti, dopo corsi di formazione e tirocini e la vendita dei prodotti grazie alla costituzione di un GAS (Gruppo di acquisto solidale).

I ruoli dei diversi partner sono ben definiti. La comunità Emmanuel, che accoglie persone svantaggiate senza famiglia o emarginate, ha offerto gli appezzamenti di terra. L'azienda agricola Colle Solatìo, che dal 2007 collabora con l'Arci di Rieti per l'inserimento lavorativo dei richiedenti asilo e rifugiati ospiti del progetto di accoglienza, ha messo a disposizione la professionalità e l'investimento economico iniziale necessario allo start-up del progetto. L'Arci e gli altri partner di progetto hanno attivato tirocini seguendo il percorso formativo e di crescita di ciascun tirocinante.

Il metodo di coltivazione scelto per il progetto è il biologico e promuove il Km zero per ridare vitalità all'economia del territorio e offrire opportunità di inserimento sociale e lavorativo concrete.

La prima fase del progetto ha valorizzato l'aspetto operativo (tirocini formativi finanziati da risorse regionali), la comunicazione e la visibilità (eventi sul territorio e materiali informativi), e la promozione e sensibilizzazione del territorio (gruppo di acquisto solidale, rete di associazioni). La seconda fase ha riguardato la creazione dell'orto. Il progetto è stato presentato alla cittadinanza dagli stessi beneficiari nel corso dell'evento *Terrae* in festa. Contemporaneamente è stato creato un gruppo di acquisto solidale che ha distribuito i prodotti dell'orto a cittadini di Rieti e Roma. Il progetto si è concluso nel 2017.

Destinatari

Migranti e persone in condizione di disagio

Obiettivi

Il progetto *Terrae...* nasce con l'obiettivo di potenziare le possibilità di inserimento socio-lavorativo nel territorio reatino dei minori stranieri non accompagnati.

Soggetti coinvolti

Comunità Emmanuel, Arci Rieti, Caritas Diocesana e l'azienda agricola Colle Solatìo.

Strumenti di comunicazione

Il progetto ha utilizzato diversi strumenti:

- i siti dei partner
- la pagina Facebook del progetto, seguita a 208 persone
- materiali informativi distribuiti ai cittadini
- eventi territoriali per presentare il progetto e sensibilizzare i residenti.

Uno strumento particolare è stata anche la rete di distribuzione dei GAS (gruppo di acquisto solidale). Infatti non è stata utilizzata solo per vendere i prodotti ma anche come canale di promozione del progetto.

Perché è interessante

Il progetto, grazie ai tirocini, ha fornito skill ai migranti che hanno potuto mettere in pratica immediatamente. Grazie al coinvolgimento di più attori si è creata una rete di organizzazioni che hanno collaborato per un obiettivo comune.



PRE-TIROCINIO D'INTEGRAZIONE RISTOR'APPRENDO

Descrizione È un programma di pre-apprendistato per giovani migranti giunti in Svizzera. Il percorso si sviluppa su due piani complementari: quello della formazione scolastica, con l'apprendimento o l'affinamento della lingua italiana, della cultura generale, della matematica e dell'informatica e quello della formazione empirica attraverso un'attività pratica accompagnata, in cucina o in sala, al fine di consolidare le conoscenze e le competenze con l'obiettivo di inserimento in un apprendistato.

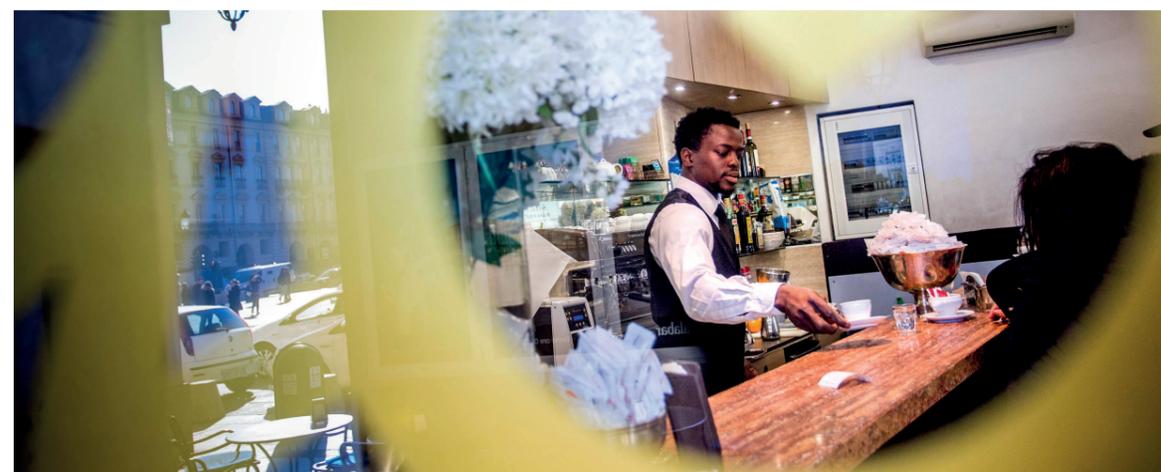
Destinatari Giovani migranti tra i 17 e i 25 anni

Obiettivi Fornire conoscenze e competenze finalizzate all'inserimento lavorativo nel settore della ristorazione

Soggetti coinvolti SOSTARE – Impresa sociale di SOS Ticino; Ristorante Casa del Popolo di Bellinzona; Divisione dell'Azione Sociale e delle Famiglie, Dipartimento della Sanità e della Socialità; Divisione della Formazione Professionale, Dipartimento dell'Educazione, della Cultura e dello Sport; Catena della Solidarietà

Strumenti di comunicazione Il principale strumento di comunicazione è il sito web www.sostare.ch che contiene informazioni sui servizi dell'impresa sociale corredati da immagini e video. La comunicazione del progetto è anche affidata ai canali del ristorante Casa del Popolo: sito web, canale YouTube, profilo Facebook (1087 follower)

Perché è interessante Perché integra un progetto di formazione con l'obiettivo di integrazione, non solo a livello lavorativo ma anche sociale: la collaborazione e lo scambio che emergono lavorando in cucina consentono ai migranti sia di esercitarsi con la lingua italiana, sia di condividere la cultura gastronomica dei Paesi d'origine



ConTAKT-museo.ch

Descrizione È un progetto di **Per cento culturale Migros** che sostiene i musei nell'elaborazione, pianificazione e svolgimento di eventi che favoriscono l'integrazione dei migranti (con e senza esperienza di rifugiati) contribuendo a creare una cultura dell'accoglienza. Il programma è esteso a livello nazionale ed è stato realizzato a partire dal 2015 attraverso un processo partecipativo e co-creativo. I migranti diventano guide nei musei e vivono momenti di confronto, apprendimento e formazione con i visitatori.

Destinatari Migranti e comunità locale

Obiettivi Favorire il dialogo tra le persone, abbattere pregiudizi e barriere linguistiche, creare nuove forme di convivenza in una società post-migratoria

Soggetti coinvolti Per cento culturale Migros, Haus der Kulturen di Sciaffusa, Museum zu Allerheiligen di Sciaffusa, LAC Lugano Arte e Cultura, Museo Monte Verità di Ascona, Ortmuseum di Zollikon, Migros Museum für Gegenwartskunst, Stadtmuseum di Aarau, Kunst Museum di Zurigo

Strumenti di comunicazione È stato creato un sito dedicato al progetto www.contakt-museum.ch/it disponibile in italiano, francese e tedesco. È stato realizzato un toolbox con linee guida relative alla storia del museo come istituzione e all'attività di mediazione culturale collegata al progetto; documentazione sulla resilienza (disponibile solo in tedesco); informazioni sui corsi «Competenza transculturale» e «Migrazione e trauma». Esiste la pagina facebook di Per cento culturale Migros ma non una pagina dedicata al progetto ConTAKT-museo.

Perché è interessante Perché il progetto è stato realizzato a partire da un processo partecipativo che ha visto coinvolti i migranti fin dall'inizio. In più, oltre a realizzare un'attività volta a favorire l'integrazione, tiene conto del trauma vissuto dai rifugiati e lavora sulla resilienza.

PROGETTO SILVER

Descrizione Il progetto Silver a Trapani (Soluzioni Innovative per La Vulnerabilità e il Reinserimento sociale dei migranti), è rivolto ai migranti in condizioni di vulnerabilità socio-sanitaria, vittime di traumi psicologici legati alle situazioni drammatiche di viaggio o del contesto di partenza.

Il progetto prevede la formazione di un'equipe multidisciplinare (composta da due psicologi, uno psichiatra, un assistente sociale o antropologo o sociologo e un mediatore culturale) unità mobili di intervento e ambulatori dedicati dove verranno indirizzati i soggetti bisognosi di intervento.

Un punto di forza è l'utilizzo della psicologia transculturale e dell'antropologia culturale per l'identificazione del disagio psico-sanitario dei migranti.

Tra le azioni innovative per creare una rete strategica a supporto dei migranti:

- una long list regionale di mediatori culturali e un sistema web di chiamata in caso di emergenza, anche via telefonica o webcam,
- un software per la gestione dei pazienti stranieri che le aziende sanitarie possano in futuro utilizzare e implementare,
- l'inserimento socio-economico tramite borse lavoro/tirocinio presso gli enti aderenti,
- la definizione di procedure operative standard (POS) comuni e condivise,
- attività formativa mirata rivolta ad operatori dei centri di accoglienza, pediatri, medici di base, personale sanitario,
- attività di ricerca sul lavoro multidisciplinare in ambito etnopsicologico.

Destinatari Migranti (adulti o minori stranieri non accompagnati) in condizioni di vulnerabilità socio-sanitaria, vittime di traumi psicologici.

Obiettivi

- fornire supporto psicologico ai migranti
- integrazione delle diverse agenzie del territorio
- creazione di buone prassi che consentano di rispondere alle problematiche emerse con il fenomeno migratorio e di risolvere la difficile gestione dei soggetti vulnerabili ospitati nei centri (adulti o minori stranieri non accompagnati).

Il progetto, concluso nel 2018, ha permesso la creazione di POS, procedure operative standard e la stesura dei relativi protocolli di accoglienza, dal momento dello sbarco e identificazione fino alla presa in carico dei soggetti più vulnerabili.

In particolare le POS hanno riguardato le vittime di tortura, le vittime di tratta, le vittime di traumatizzazione vicaria, la violenza di genere e i minori stranieri non accompagnati.

Soggetti coinvolti

L'Azienda Sanitaria Provinciale di Trapani, con la partecipazione di 7 aziende sanitarie della Sicilia e di un network di 11 soggetti del privato sociale, con il sostegno dell'Organizzazione Mondiale della Sanità, dell'Assessorato Regionale della Salute e delle prefetture della Sicilia.

Strumenti di comunicazione

Gli strumenti utilizzati comunicare il progetto sono:

- siti dei partner di progetto www.asptrapani.it ; www.asp.messina.it
- pagina Facebook dedicata al progetto seguita da 195 persone
- media relations: comunicati stampa, conferenze di apertura e chiusura progetto, evento finale di presentazione dei risultati.

Il progetto è stato seguito dai media grazie alla "forza mediatica" dei diversi partner che hanno utilizzato i loro uffici stampa interni.

Perché è interessante

Il progetto si propone di sperimentare, durante il percorso, un sistema virtuoso tra le aziende sanitarie e il privato sociale per cui, tramite le azioni di formazione, monitoraggio e supervisione presso i centri di accoglienza, i centri SPRAR e le comunità, sia possibile creare le condizioni per stabilire buone prassi che possano restare oltre il termine delle azioni progettuali.



FATICANDO, PEDALANDO

Descrizione

Da dieci anni la *Fattoria della Carità* di Cortetano, un paese di 90 abitanti alle porte di Cremona, ospita una piccola comunità di minori stranieri non accompagnati, che qui vivono in una struttura della Caritas. Dal 2015 molti ragazzi ospitati nella comunità hanno scelto di partecipare a *Pedalando Faticando*, progetto educativo ideato da Mattia Ferrari: un viaggio di 12 giorni in bicicletta che comincia da Cremona e, lungo la via Francigena, arriva a Roma (il rientro è in treno). Il viaggio è stato preparato con incontri formali di gruppo nei quali sono stati presentati e consegnati i materiali per l'esperienza (bicicletta, caschetto, zaino, borse e attrezzi per la manutenzione), condivise le regole e consegnate le biciclette ad ogni partecipante. Durante il viaggio, un momento di crescita, i ragazzi hanno modo di conoscere luoghi nuovi e confrontarsi con le persone incontrate durante il percorso di viaggio, incrementando le loro esperienze personali e relazionali. L'edizione 2020, causa Covid-19, è stata ridimensionata. I ciclisti hanno percorso la via Francigena in sicurezza, risalendo fino al Gran San Bernardo e dormendo in tenda.

Destinatari

Minori stranieri non accompagnati

Obiettivi

Il progetto prevede la crescita personale dei minori coinvolti grazie a un viaggio che li coinvolge e responsabilizza. Questa crescita permette ai ragazzi di migliorare processo di inclusione sociale in Italia attraverso lo scambio personale e culturale con la comunità locale.

Soggetti coinvolti

Fattoria della Carità di Cortetano

Strumenti di comunicazione

Il progetto ha utilizzato diversi strumenti:

- siti dei partner
- pagina Facebook del progetto seguita da 3060 persone

Grazie alla peculiarità del progetto la notizia è stata ripresa da diverse riviste, molte del settore cicloturistico.

Perché è interessante

Grazie allo strumento del viaggio i ragazzi migliorano incrementando le loro esperienze personali e relazionali. Un'avventura che migliora lo scambio culturale e personale fra beneficiari e la comunità locale migliorando l'inclusione sociale.

LABORATORIO DI COMUNICAZIONE AUDIOVISIVA "IMMAGINANDO"

Descrizione

Il progetto rientra nelle diverse attività promosse dall'ITS (Istituto delle Transizioni e del Sostegno www4.ti.ch/decs/dfp/its/istituto a favore dell'integrazione dei migranti nel sistema della formazione professionale, mediante le classi di pre-tirocinio di integrazione (un modello che porta lo stesso nome del programma promosso dalla Confederazione, ma è in realtà un dispositivo esistente da 20 anni in Ticino che punta a sostenere in un contesto d'aula, integrato da stage, l'apprendimento scolastico dei giovani allievi alloggiati - soprattutto conoscenza della lingua italiana - in modo da prepararli con le competenze di base necessarie a inserirsi in apprendistato).

Nel corso dell'anno scolastico 2018/2019, la Divisione della formazione professionale del DECS, ha realizzato sotto la direzione di Ricardo Torres, docente del Centro professionale Tecnico di Trevano, un'installazione effimera di "street art", con la produzione, da parte di una classe del pre-tirocinio di integrazione, di una serie di gigantografie raffiguranti gli allievi stessi nell'atto di "imbracciare" strumenti per la fotografia e la cinematografia (macchine fotografiche, cineprese etc.), dando vita a immagini potenti e per certi versi provocatorie (dove l'arma veniva sostituita da uno strumento comunicativo) collegate ciascuna ad una frase ideata dall'allievo, in cui veniva espresso un sogno per il futuro: *vivere in un mondo di pace, diventare meccanico, imparare meglio l'italiano* etc. L'installazione è stata realizzata coinvolgendo i ragazzi in tutte le fasi: ideazione, produzione delle fotografie, definizione dei messaggi, produzione delle gigantografie secondo la tecnica dello stencil e loro affissione sui muri della scuola professionale, dove sono rimaste esposte per l'anno scolastico successivo.

L'opera di street art ha suscitato una forte emozione, e ha coinvolto in discussioni l'insieme del migliaio di giovani in formazione ospiti del centro formativo, che include le vicine scuole medie, superiori e alcuni dipartimenti della Scuola Universitaria Professionale. L'opera effimera ha suscitato anche dibattiti e l'organizzazione di mostre ed eventi.

Destinatari

Giovani migranti tra i 17 e i 25 anni (destinatari protagonisti della realizzazione), ma in generale tutta la popolazione studentesca ospitata dal Centro studi di Trevano

Obiettivi

Fornire conoscenze e competenze finalizzate alla realizzazione dell'installazione, ma soprattutto l'occasione ai giovani migranti di migliorare le loro competenze linguistiche e personali e di farsi riconoscere e apprezzare per le loro idee, le loro storie e le loro aspirazioni

Soggetti coinvolti

Istituto delle Transizioni e del Sostegno, Divisione della Formazione Professionale, Dipartimento dell'Educazione, della Cultura e dello Sport

Strumenti di comunicazione

Lo strumento di comunicazione è stato l'installazione stessa, ovvero il prodotto del laboratorio, comunicato attraverso l'opera di street art, rimasta fruibile per l'intero anno scolastico 2018/2019.

Perché è interessante

Perché ha coinvolto i migranti e ne ha fatto i protagonisti dell'intero processo creativo e comunicativo, perché ha permesso di rendere la loro presenza visibile, e farne realmente "compagni di scuola" degli allievi presenti al centro studi, facilitando la riflessione da parte degli altri allievi sull'esperienza migratoria, e la definizione di relazioni di prossimità tra tutti gli attori. Durante l'anno scolastico il CPT Trevano ha organizzato momenti di discussione e sono state anche realizzate alcune rappresentazioni teatrali dedicate ai temi dell'integrazione.



TRASGUARDI - IL MONDO AL PARCO

Descrizione Trasguardi è una manifestazione promossa dalla metà degli anni 2010 dalla Città di Lugano (Divisione Prevenzione e Sostegno) e dalla FOSIT (Federazione delle ONG della Svizzera Italiana) nel mese di settembre. L'ultima edizione è stata sospesa causa pandemia. Si configura come una giornata dedicata alle ONG e alle associazioni culturali straniere (una cinquantina) che si prefigge di far incontrare culture, gastronomie, artigianato e iniziative di sviluppo da vari continenti. Oltre alla presenza di stand informativi, di artigianato, di informazione, di un angolo dedicato alla gastronomia e di un'area con attività per bambini, l'evento prevede un ricco programma di spettacoli che accompagna tutta la giornata. Focus dell'evento è comunicare in modo positivo la diversità che caratterizza il mondo e il contesto locale, utilizzando la chiave della cooperazione: aspetto centrale è la mostra dei progetti che la Città di Lugano (in campo socio-educativo) e altre realtà economiche (ad esempio le AIL, che curano la distribuzione di acqua e energia nel luganese) hanno promosso negli ultimi anni, tramite i bandi pubblici FOSIT, in tema di cooperazione allo sviluppo. Il Mondo al Parco è anche un momento di riflessione su tematiche globali di sviluppo sostenibile.

Destinatari Comunità locale

Obiettivi Favorire il dialogo tra le persone e le culture, abbattere pregiudizi e creare nuove forme di convivenza in una società post-migratoria a partire dalla valorizzazione di esempi positivi, in particolare l'impegno della società locale a favore della cooperazione.

Soggetti coinvolti Città di Lugano (Divisione Prevenzione e Sostegno), FOSIT (Federazione delle ONG della Svizzera italiana), associazioni impegnate nella dimensione dell'accoglienza e della cooperazione (oltre una sessantina in Ticino)

Strumenti di comunicazione L'evento è ampiamente coperto dai media e gli organizzatori lo promuovono tramite i canali social. Si tratta in sé di un evento che ha valenza simbolica e comunicativa, che punta a coinvolgere la cittadinanza e permette alle associazioni di dialogare concretamente con i visitatori, presentando le loro idee, attività, impegni.

Perché è interessante L'iniziativa crea uno spazio di dialogo e interazione su tematiche anche complesse, ma in un clima rilassato e festoso; porta all'attenzione l'esistenza di un tessuto associativo ricco e rivolto positivamente nei confronti dei luoghi di origine di molti migranti.

TERRA COGNITA

Descrizione Pubblicazione edita dalla Commissione Federale della Migrazione (www.ekm.admin.ch/ekm/it/home.html), finanziata e distribuita dalla Segreteria di Stato della Migrazione, disponibile in formato cartaceo e digitale. La rivista affronta discussioni d'attualità intorno ai temi della migrazione e dell'integrazione e presenta i risultati della scienza, della politica e della pratica in un formato facilmente leggibile. Numerosi numeri monografici riguardano i temi della migrazione (tra di essi il 34 e il 35). La rivista è trilingue, con articoli in tedesco, francese e italiano (e sintesi nelle altre lingue).

Destinatari Terra Cognita si rivolge a un pubblico ampio: comuni, amministrazioni cantonali, servizi di integrazione, istituti scolastici e di formazione, università, attori della società civile e persone interessate.

Obiettivi La pubblicazione vuole supportare una comunicazione istituzionale che è attenta a cogliere la complessità dei fenomeni e ad attivare una discussione scientifica a supporto dei processi decisionali. Si tratta di una pubblicazione complementare alla vasta comunicazione istituzionale informativa rivolta ai migranti.

Soggetti coinvolti Commissione Federale della Migrazione

Strumenti di comunicazione Rivista distribuita in forma cartacea e digitale, gratuitamente. Il prodotto è completato dal sito www.terra-cognita.ch che contiene tutte le edizioni in formato PDF e in formato flipbook. Il formato flipbook permette di sfogliare la rivista online, sottolineare testi e munirli di osservazioni.

Perché è interessante Per la qualità e articolazione dei contenuti, come forma di comunicazione istituzionale serena e intelligente.

FUGGIRE - MOSTRA E SUSSIDIO DIDATTICO VIRTUALE

Descrizione

Il sussidio didattico virtuale «Fuggire» si basa sui materiali progettati per la mostra omonima, che ha aperto le sue porte al pubblico nel 2016 al Museo nazionale di Zurigo per poi essere ospitata da vari altri musei in Svizzera, attirando nel complesso circa 100.000 visitatori e oltre 1.800 classi scolastiche. La versione online è stata realizzata per consolidare la fruizione della mostra e nasce dalla collaborazione tra promotori e Alta scuola pedagogica di San Gallo.

La mostra illustra la tematica della fuga da diversi punti di vista e, attraverso alcune biografie caratteristiche, permette di esplorare i percorsi difficili e differenziati dei migranti. I giovani visitatori possono ripercorrere le varie tappe di una fuga e diventare testimoni degli strenui e pericolosi viaggi di queste persone grazie alle riprese cinematografiche del regista Mano Khalil, lui stesso ex rifugiato. Il sussidio didattico permette inoltre di apprendere come si svolge la procedura d'asilo e chi è riconosciuto come rifugiato in Svizzera. Illustra infine il funzionamento dell'aiuto internazionale, dal quale dipende oltre il 90 per cento dei profughi in tutto il mondo.

Destinatari

I principali destinatari del materiale sono gli allievi delle scuole e i loro insegnanti. I contenuti sono stati sviluppati in primo luogo per le scuole dei livelli secondari I e II, ma alcune sezioni (p. es. «Persone» e «E tu?») sono adatte anche per bambini più piccoli.

Obiettivi

La pubblicazione vuole supportare una comunicazione istituzionale attenta a cogliere la complessità dei fenomeni e ad attivare una discussione scientifica a supporto dei processi decisionali. Si tratta di una pubblicazione complementare alla vasta comunicazione istituzionale informativa rivolta piuttosto ai migranti (opuscoli in varie lingue contenenti indicazioni sulle prassi, i diritti e i doveri).

Soggetti coinvolti

«Fuggire» è il frutto di un progetto comune della Commissione Federale della Migrazione (CFM), della Segreteria di Stato della Migrazione (SEM), dell'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i Rifugiati (ACNUR) e della Direzione dello sviluppo e della cooperazione (DSC).

Strumenti di comunicazione

Il sussidio didattico è accessibile online www.flucht-fuir.ch/it/home, ed è promosso anche attraverso i siti degli organismi promotori e i siti ufficiali della Confederazione.

Perché è interessante

Esemplare come forma di comunicazione pensata per presentare le problematiche dell'integrazione ai giovani e giovanissimi, in modo da favorire l'integrazione e la conoscenza reciproca nei contesti educativi (con potenziali ricadute sociali globali), a partire dalla valorizzazione delle potenzialità dei nuovi media.



APPENDICE

APP PER MIGRANTI

- **AtayaApp** – aiuta i migranti a studiare l'italiano.
- **Drops Gocce di Salute** – permette di conoscere lo stato di salute dei migranti in tempo reale grazie a un'app collegata a un totem disponibile nei centri di accoglienza che fornisce ai migranti pillole di conoscenza in ambito sanitario
- **M-APP** – mappatura dei servizi rivolti ai migranti in 630 Comuni di 5 città metropolitane italiane (Bari, Milano, Napoli, Torino e Venezia), nei quali vivono quasi il 20% dei 5,3 milioni di stranieri residenti in Italia.
- **Migradvisor** – app della Caritas che permette ai migranti di orientarsi in Italia. Consultabile in inglese, francese, arabo e italiano, è in grado di indicare in pochi istanti il servizio più vicino: un centro di ascolto della Caritas diocesana, una stazione della polizia, un ufficio postale. All'interno anche numeri utili per l'emergenza e consigli per chi è vittima di abusi, tratta, sfruttamento.
- **Mygrants** – aiuta i migranti non solo a ottenere le competenze necessarie a integrarsi nel nostro Paese, ma anche a trovare il lavoro che meglio si adatta alle loro abilità e a quelle che si possono acquisire proprio utilizzando il software.
- **Refugee aid app (RefAid)** – mette in rete rifugiati e migranti con ONG, associazione non profit e governi locali fornendo informazioni su scuola, lavoro e molto altro.
- **Workeen** – aiuta i migranti a orientarsi nel mercato del lavoro europeo, a capirne i meccanismi burocratici, a esercitarsi per un colloquio, il tutto sotto forma di gioco.

SITOGRAFIA

FENOMENO MIGRATORIO (Dati e ricerche)

Censis: www.censis.it/immigrazione

Cespi - Centro Studi di Politica Internazionale: www.cespi.it/it

Cestim - Centro Studi Immigrazione (Verona): www.cestim.it

Commissione Europea - dati e statistiche: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6f615124-6118-11eb-8146-01aa75ed71a1/language-en?WT.mc_id=Selectedpublications&WT.ria_c=41957&WT.ria_f=5706&WT.ria_ev=search

CSER - Centro studi emigrazione Roma e rivista Studi emigrazione - www.cser.it

FIERI (Forum internazionale di ricerche sull'immigrazione) - www.fieri.it

Fondazione Caritas Migrantes: www.dossierimmigrazione.it

Fondazione ISMU (Iniziativa e Studi sulla Multietnicità): www.ismu.org

Fondazione Leone Moressa (FLM) - Rapporti sull'Immigrazione - www.fondazioneleonemoressa.org

IOM Italy: www.italy.iom.int/it

ISTAT: www.istat.it/it/immigrati/tutti-i-dati

Ministero degli Interni: <http://www.interno.gov.it/it/sala-stampa/dati-e-statistiche>

OPENMIGRATION: <http://openmigration.org>

Report Monitoraggio MSNA in Italia al 31/12/20: <https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/immigrazione/focus-on/minori-stranieri/Documents/Report-di-Monitoraggio-MSNA-31-dicembre-2020.pdf>

UNHCR - statistiche: www.unhcr.it/risorse/statistiche

INFORMAZIONE, PROGETTI E INIZIATIVE

ARCI - Immigrazione: www.integrationarci.it/lufficio-immigrazione-dellarci/

Associazione Carta di Roma: www.cartadiroma.org

Associazione Studi Giuridici sull'Immigrazione: www.asgi.it

Associazione Nazionale Oltre Le Frontiere (Anolf): www.anolf.it

CEM Mondialità: www.cemmondialita.it

Centro Astalli - Servizi dei Gesuiti per i rifugiati in Italia: <https://centroastalli.it>

Consiglio Italiano per i Rifugiati (CIR-Onlus): www.cir-onlus.org

Centro COME: www.centrocome.it

Cittadinanza italiana: www.cittadinanza.biz

Il ruolo della comunicazione pubblica di fronte alle sfide dell'immigrazione (Quaderno realizzato dalla Regione Emilia Romagna): <https://tinyurl.com/habj7da6>

Immigrazione: www.immigrazione.biz

IMMIweb: www.immiweb.org

IPCA: <http://www.narrativechange.org/it>

Melting Pot Europa: www.meltingpot.org

Missing Migrants Project - OIM: <https://missingmigrants.iom.int>

Portale Integrazione Migranti: www.integrazionemigranti.gov.it/Pagine/default.aspx Progetto

Rivista giuridica immigrazione.it: <https://immigrazione.it>

Società italiana medicina delle migrazioni: www.simmweb.it

Stranieri in Italia: <https://stranieriinitalia.it>

COLOPHON

FOTOGRAFIE

Pagina Facebook @AccademiaTeatroDimitri – College e Università

Konstantin Demeter

pagina Facebook @Recosol - organizzazione

pagina Facebook @PiccoliComuniWelcome

pagina Facebook @progettosilver

pagina facebook @fondazioneismu

Paolo Siccardi, Max ferrero, Stefano Stranges, Giulio Lapone, Carolina Lucchesini, Simona Carnino,

Furio Bednarz, Claudio Zingarelli

www.contakt-museum.ch



Modello di governance territoriale
per l'accoglienza e l'integrazione
dei Richiedenti Protezione Internazionale

www.minplusproject.eu

