

Piano di Comunicazione

- Responsabile del Progetto:
Seg. Leg. Franco Impalà

 - Referenti per successivi contatti con l'Amministrazione:
Seg. Leg. Franco Impalà
primosegretario.tbilisi@esteri.it
-

Descrizione sintetica del progetto 1/3

- Nel dicembre del 2009 l'Ambasciata d'Italia a Tbilisi si è dotata di un **Piano di Comunicazione** per garantire la conformità del sistema di proiezione esterna della Sede ai più recenti indirizzi ministeriali e, in generale, alle tendenze più consolidate in materia di comunicazione pubblica.
- Il Piano persegue l'**obiettivo generale** di *"far leva su una comunicazione istituzionale fondata su un linguaggio chiaro ed accessibile ed orientata in senso biunivoco al fine di accompagnare l'attuazione di una strategia condivisa di crescente integrazione istituzionale, economica, sociale e culturale tra Italia e Georgia, basata su una **maggiore conoscenza reciproca e quindi più sostenibile**".*
- Nel contesto di questo obiettivo generale sono stati altresì individuati due **obiettivi specifici**:
 - *Far conoscere meglio i profili legati alla **politica estera italiana** in Georgia "mediante una corretta ed univoca veicolazione dei messaggi*";*
 - *Rafforzare il ruolo dell'Ambasciata come **fornitore di servizi al pubblico**, "animatore e facilitatore di processi e, in definitiva, agente di impulso e di coordinamento per le attività ed i 'prodotti' di rilievo internazionale degli attori - istituzionali e non - del sistema Paese*".*

* [Cfr. MAECOM 2009 - Programma di Comunicazione per il 2009 del Ministero degli Affari Esteri su http://www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Piano_comunicazione/](http://www.esteri.it/MAE/IT/Ministero/Piano_comunicazione/)

Descrizione sintetica del progetto 2/3

- La strategia di comunicazione si caratterizza per la sua aspirazione ad essere:
 - ❑ **Biunivoca** (in quanto tesa a valorizzare l'Italia in Georgia e la Georgia in Italia);
 - ❑ **Inclusiva** (in quanto tesa a valorizzare le iniziative di diversi tipi di attori);
 - ❑ **Innovativa** (in quanto ricorre a un uso più frequente delle nuove tecnologie);
 - ❑ **Multicanale** (in quanto mirata a interessare vari tipi di media: giornali, televisione e portali web).

 - Attenzione particolare è dedicata al linguaggio, che deve distinguersi per:
 - ❑ **Semplicità** (assenza di acronimi, uso di una terminologia non eccessivamente ricercata, immediata accessibilità testi di riferimento, etc.);
 - ❑ **Incisività** (per esempio, attraverso l'utilizzo di denominazioni facilmente assimilabili per le varie iniziative attuate: un esempio su tutti, il "**Progetto ARGO**", [database di CV di giovani georgiani conoscitori della lingua italiana](#), il cui nome, scelto per il suo carattere evocativo, facile da ricordare, ha contribuito a farne un vero e proprio "brand" della presenza italiana in Georgia (per saperne di più: www.argo.agit.ge).
-

Descrizione sintetica del progetto 3/3

- In attuazione del Piano sono state realizzate, tra le altre, le seguenti iniziative:
 - ❑ rivisitazione e rimodulazione del **Sito Web** dell'Ambasciata;
 - ❑ alcune “**grandi**” **iniziative di comunicazione** ed un numero accresciuto di **iniziative più puntuali** (comunicati stampa destinati a media italiani e georgiani, partecipazione a interviste etc.);
 - ❑ il reperimento di **spazi funzionali a costo zero** per la realizzazione di eventi;
 - ❑ monitoraggio sulla **giusta visibilità** attribuita da altri soggetti ai progetti italiani.

 - La sua attuazione ha già portato diversi frutti concreti:
 - ❑ **migliore percezione del ruolo dell'Italia** in Georgia;
 - ❑ **maggior facilità di accesso ai servizi** offerti dall'Ambasciata;
 - ❑ rafforzamento del ruolo di **coordinamento e propulsione** del “Sistema Paese” demandato all'Ambasciata, con conseguente **aumento del numero di imprese ed altri operatori** che si rivolgono all'Ambasciata per iniziative economiche, culturali, sociali o di cooperazione;
 - ❑ Ricadute positive su altri settori, per esempio in quello delle **sponsorizzazioni**.
-

Settori interessati

- Stampa e relazioni con il pubblico
 - Promozione del "Sistema Paese" (cooperazione, economia e cultura)
 - Servizi consolari e Visti
 - Borse di studio ed altre opportunità
-

Situazione antecedente alla realizzazione del progetto

- Si percepiva **l'opportunità di un maggiore impegno in termini di comunicazione** finalizzato a far conoscere meglio:
 - ❑ all'opinione pubblica italiana, le opportunità di integrazione istituzionale, economica, sociale e culturale esistenti tra Italia e Georgia, e l'interesse positivo nei confronti dell'Italia espresso dalla società civile georgiana;
 - ❑ all'opinione pubblica georgiana, l'impegno concretamente profuso dall'Italia a sostegno della risoluzione dei conflitti e dello sviluppo in Georgia.

 - **Il sito WEB** dell'Ambasciata, in tre lingue e con sezioni da rimodulare in funzione dello specifico contesto, risultava difficile da aggiornare e registrava un numero di visitatori di circa tre volte inferiore rispetto ad oggi. La maggior parte degli utenti era solita utilizzare altri canali (per es. il telefono) per reperire informazioni, gravando così maggiormente sul centralino e sul lavoro quotidiano della Sede.

 - **Le conferenze stampa** erano per lo più organizzate in spazi da individuare volta per volta, spesso a pagamento.
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- a) **Ristrutturazione del Sito WEB dell'Ambasciata** (www.ambtbilisi.esteri.it) per renderlo un vero e proprio "portale delle relazioni bilaterali". Principali interventi sul sito:
- ❑ **Migliore integrazione** con il portale MAE e con gli altri siti della PA italiana e **struttura più accessibile ed articolata**, con nuove sezioni ed un uso più puntuale di link, immagini e collegamenti a banche dati esterne. Esempi:
 - nuova sezione «cooperazione culturale» divisa ora in cinque sottosezioni: *cenni storici, attualità, scuola ed università, missioni archeologiche, musica*.
 - Nuovo *channel* «**Accordi**» e sua integrazione con l'Archivio dei Trattati Internazionali«[ITRA](#)», in modo che gli utenti possano consultare i testi integrali degli accordi bilaterali in vigore tra Italia e Georgia;
 - apposita sezione relativa alle «**borse di studio ed altre opportunità**» esistenti per gli Italiani in Georgia e per i Georgiani in Italia.
 - ❑ Apertura del sito alla **contribuzione attiva dei vari partner** dell'Ambasciata (es. sezione "missioni archeologiche").
 - ❑ **Eliminazione della traduzione in inglese** e traduzione integrale in georgiano dei contenuti del sito (così da meglio intercettare la "domanda" della tipologia di utenza media del sito). All'inglese vengono comunque riservate iniziative più specifiche, meritevoli di essere conosciute da un pubblico più internazionale.
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- b) **Realizzazione di alcune “grandi” iniziative di comunicazione** con la collaborazione del Servizio Stampa e di altri Uffici del MAE, tra queste:
 - **Reportage video:** “[Dossier Paese: il Sistema Italia in Georgia](#)”. Il video, realizzato in coordinamento col Servizio Stampa MAE, illustra in 18 minuti lo stato della cooperazione politica, economica, culturale e allo sviluppo tra Italia e Georgia;
 - Un [numero di approfondimento dedicato alla Georgia](#), realizzato in coordinamento con l’allora Direzione Generale per la Cooperazione Economica e l’Agenzia Sole24Ore – Radiocor, della **newsletter “Diplomazia economica italiana”**, che in 13 pagine illustra le opportunità esistenti per una maggiore integrazione tra i due Paesi.
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- c) **Un numero accresciuto di iniziative puntuali** far conoscere all'opinione pubblica la realtà delle relazioni bilaterali tra Italia e Georgia e le iniziative in corso. Alcuni esempi:
 - 79 news pubblicate nel corso del 2010, diverse delle quali riportate sull' *home page* MAE grazie alla proficua collaborazione col Servizio Stampa MAE;
 - Maggiore partecipazione, in coordinamento col Servizio Stampa del MAE, a interviste a giornali, TV e radio, quando possibile riprodotte sul sito Internet dell'Ambasciata;
 - Contatti costanti con rappresentanti della stampa italiana e georgiana;
 - Predisposizione di cartelle stampa ed informative ad hoc in occasione di eventi e dell'arrivo di delegazioni dall'Italia.
-

Principali iniziative in cui si è concretizzato il progetto

- d) Reperimento di spazi funzionali a costo zero per la realizzazione di eventi**
- ❑ L'Ambasciata si è dotata di una propria sala conferenze per circa 45 persone, provvista delle necessarie tecnologie. Per eventi che prevedono una maggiore partecipazione di pubblico, è stato stipulato un [memorandum](#) con il nuovo polo culturale "[Europe House](#)" di Tbilisi, per l'utilizzo gratuito dei prestigiosi spazi dell'edificio, nel centro di Tbilisi, anche per i soggetti partner dell'Ambasciata.
- e) Maggiore vigilanza sull'attribuzione, da parte di altri soggetti, della giusta visibilità all'Italia.** Tre esempi tra i tanti:
- ❑ Sito del Ministero georgiano per gli sfollati ed i rifugiati, dove il MAE figura tra i principali soggetti donatori: <http://mra.gov.ge/main/ENG#section/71> ;
 - ❑ News riportata sul sito del National Curriculum and Assessment Center sulla stipula di un Memorandum con l'Ambasciata: <http://www.ncac.ge/index.php?m=2&newsid=96> ;
 - ❑ Comunicato stampa congiunto Ambasciata – Ministero Interno georgiano su incontro tra i Ministri Maroni e Merabishvili: http://www.ambtbilisi.esteri.it/Ambasciata_Tbilisi/Archivio_News/Maroni+Merabishvili.htm .
-

Miglioramenti apportati dal progetto al servizio

- Il miglioramento della percezione della qualità delle relazioni bilaterali ha giovato al raggiungimento di risultati specifici, tra i quali:
 - ❑ [inclusione dell'italiano tra le materie delle scuole pubbliche](#) nonché l'invito a recarsi in Georgia rivolto dal Governo a insegnanti "volontari" dall'Italia, nell'ambito del programma "[Teach and Learn with Georgia](#) (l'italiano è stata la prima lingua dopo l'inglese a cui il programma è stato esteso);
 - ❑ incremento del numero di imprese italiane interessate alla Georgia (come testimoniato dalla [country presentation del Primo Ministro georgiano](#) a Roma nell'aprile 2011), stipula di intese ed aumento di rapporti di collaborazione a vantaggio del "Sistema Italia";
 - ❑ creazione di un ambiente più favorevole a progetti di *confidence building* nel contesto dei conflitti protratti in Georgia da parte di soggetti italiani.

 - Il sistema di proiezione esterna dell'Ambasciata è maggiormente aderente ai più recenti indirizzi ministeriali in materia di comunicazione pubblica.

 - Il numero di visitatori del Sito WEB è all'incirca triplicato rispetto al passato, con una conseguente diminuzione delle richieste di informazioni al centralino della Sede ed una maggiore soddisfazione dell'utenza.
-

Ostacoli più significativi riscontrati nell'attuazione del progetto

- L'iniziativa non ha incontrato ostacoli significativi, se non quelli derivanti dalle limitate risorse umane e finanziarie a disposizione, che hanno reso in alcuni momenti più difficoltosa l'aderenza costante alla strategia prevista dal Piano.
-

Modalità di coinvolgimento del personale

- Ogni ufficio è stato sensibilizzato, per la parte di propria competenza, a proporre costantemente iniziative di comunicazione finalizzate al raggiungimento degli obiettivi sopra delineati.
 - L'Ufficio Stampa dell'Ambasciata è tuttavia responsabile, a livello "centralizzato", della concreta attuazione delle iniziative, al fine di garantire uniformità e coerenza di linguaggio ed il necessario coordinamento con il MAE.
 - Rilievo centrale è stato attribuito alla figura di un esperto informatico di ruolo, di cui la Sede si è dotata di recente, a costo zero, rimodulando parzialmente la propria pianta organica.
-