



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



DOCUMENTO FINALE

TAVOLO *Una scuola aperta e integrata tra comunicazione e progettualità*

1. PREMESSA

Il presente documento è il risultato di un'attività di collaborazione e sintesi tra le parti coinvolte che, con presenza e professionalità, hanno dato un contributo decisivo alla redazione.

L'obiettivo generale del Tavolo 3 è stato quello di offrire dei contributi funzionali alla **promozione del modello dell'istruzione e dell'educazione italiana all'estero** e di **definire in maniera strutturata e avanzata l'identità dello SFIM (Sistema della Formazione italiana nel Mondo)**, rafforzandone la visibilità e creando un livello più alto e coinvolgente di attrattività.

La complessità del tema "*Una scuola aperta e integrata tra comunicazione e progettualità*" ha evidenziato la necessità di un **approccio multidisciplinare**, ad ampia partecipazione, per la promozione della lingua e della cultura italiana all'estero, che tenga conto di **nuove strategie e metriche** prodotte dalla comunicazione digitale e che coinvolga, accanto agli interlocutori tradizionali del Sistema, soggetti sia pubblici sia privati.

La **diffusione e la promozione della lingua e della cultura italiana all'estero** è infatti l'obiettivo fondamentale dello SFIM, così come si evince dalla cornice normativa. In particolare, il D. Lgs n. 64/2017 sottolinea tale obiettivo, inquadrandolo "*in un sistema valoriale europeo ed in una dimensione internazionale*" e associandolo al perseguimento degli "*obiettivi formativi cui si ispira il sistema nazionale di istruzione e formazione in conformità con la legge n. 107 del 2015*".

2. LA NECESSITÀ DI UNA SINERGIA TRA VISIBILITÀ E ATTRATTIVITÀ

Dagli interventi e dalle esperienze condivise durante i lavori del tavolo, è emersa l'immagine di un Sistema proiettato verso il **futuro** ma che, inevitabilmente, è saldamente ancorato alla grande **tradizione** culturale



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



italiana, da sempre caratterizzata da una visione autenticamente umanistica della civiltà, dell'arte e della società.

Questo essere portavoce ed espressione della cultura e della lingua italiana nel mondo è una funzione animata da una forte e profonda passione per la **bellezza** della lingua e che, allo stesso tempo, deve passare da un **uso** consapevole, etico, equilibrato e fruttuoso degli ambienti e degli strumenti digitali.

Un Sistema che si muove tra comunicazione e progettualità deve fare i conti con il canale digitale, partendo dalla consapevolezza che si tratta, appunto, di un mezzo, un **canale**, al quale va riconosciuta consapevolmente una straordinaria funzione innovativa e un grande potere di coinvolgimento.

Il digitale si sta trasformando sempre più in una dimensione **VITALE/ON LIFE**, nella quale reale e virtuale si fondono indissolubilmente e le interazioni dell'uno nell'altro sono ormai una cosa sola.

In questa nuova dimensione bisogna comprendere che è sempre la **persona** a rimanere la vera protagonista delle azioni che nel detto canale si svolgono, le cui dinamiche, conseguenze e impatto sono però sempre più reali. Tutti noi siamo inseriti in un "sistema di **conversazione**" globale e siamo costantemente interconnessi. E questo è possibile grazie al digitale che, chiaramente, presenta grandi opportunità e molti rischi di utilizzo.

Il confronto tra Sistema della Formazione Italiana nel Mondo e digitale deve tener conto di questa continua tensione, lavorando in un'ottica di consapevolezza, equilibrio ed **etica**, affinché si possa "navigare" con sempre più sicurezza e funzionalità negli ambienti digitali, producendo valore e ricchezza culturale.

Tutto si sta sempre più trasformando in una "conversazione" e lo SFIM deve partecipare da protagonista a tali conversazioni, condividendo un contributo di qualità e cultura.

Tenuto conto di una situazione così articolata, per la complessità delle attività svolte, la diversità delle situazioni legate ai territori e la mole di informazioni da gestire, con l'esigenza di rispondere agli obiettivi di questo tavolo tecnico, le strategie proposte vanno in una duplice direzione:

Giornate della Formazione Italiana nel Mondo
Direzione Generale per la Diplomazia Pubblica e Culturale
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
Piazzale della Farnesina, 1 – 00135 Roma
Dgdp-05.comunicazione@esteri.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- migliorare la **visibilità** dello SFIM
- lavorare per una maggiore **attrattività** dello SFIM.

3. VISIBILITÀ: IL RUOLO E LE PROSPETTIVE DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

La comunicazione istituzionale (intesa come sistema integrato di comunicazione attivato e gestito dalla Pubblica Amministrazione) ha tra le sue finalità quella di rendere **trasparenti** le attività della PA e quella di offrire servizi di informazione capaci di soddisfare specifici **bisogni** dell'utenza. Deve, inoltre, avere carattere continuativo e poggiare su una strategia e su una programmazione degli interventi; non da ultimo, oltre a informare in maniera corretta ed efficace, deve sollecitare possibilità di risposta – si tratta cioè di un processo **multidirezionale**, un dialogo in cui tutte le parti sono attive.

La presenza dello SFIM sui canali istituzionali è dunque un punto di riferimento imprescindibile, un bacino di informazioni da cui partire per orientare i diversi pubblici, sia interni sia esterni; è un **"grado zero"** della comunicazione, fondamentale per creare e rafforzare la conoscenza dello SFIM (articolazione, componenti, funzioni, attività, opportunità) ma non può, da sola, lavorare al rafforzamento dell'attrattività dello SFIM.

Il valore della visibilità deve cioè essere costruito utilizzando le leve della comunicazione istituzionale già disponibili ed eventualmente, facendo ulteriori scelte di maggiore consapevolezza e più focalizzate. La presenza e la fruizione dei canali di comunicazione istituzionali costituiscono le condizioni essenziali, per la conoscenza e la diffusione, presso tutti i **pubblici** di riferimento, delle attività dello SFIM.

A partire dal 2020 sono stati creati **ex novo** diversi canali e strumenti di comunicazione istituzionale per lo SFIM: una casella di posta dedicata, una newsletter mensile, un logo e un video ufficiali. È stata inoltre **rafforzata la presenza** dello SFIM e delle sue attività sui canali istituzionali: il sito esteri; il portale italiana; i social Farnesina (Facebook e Instagram). Molto però si può, e si deve, ancora fare per rendere sistematica l'attività di comunicazione istituzionale, per ampliarne la portata e l'efficacia, e per far sì che questa attività possa generare **collaborazioni** costanti e di valore.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Le seguenti **proposte** sono quindi mirate a: creare e accrescere la conoscenza dello SFIM; favorire l'attivazione dei nodi della rete che lo compongono; migliorare il raccordo informativo tra le sue componenti.

3.1 Alimentazione sistematica dei canali web e social istituzionali: dai nodi al centro

Il sistema integrato di canali istituzionali sopra descritto (siti e profili social istituzionali, newsletter) viene alimentato sia dalla sede centrale MAECI (ufficio V DGDP), sia dai nodi della rete SFIM (scuole, sezioni, lettori, enti gestori). Con l'obiettivo di accrescere e qualificare ulteriormente la presenza dello SFIM su questi canali, si propone di rendere sistematico il meccanismo di segnalazione (dai nodi della rete al centro) di iniziative e progetti. Come?

Una prima azione coincide con la creazione congiunta di un piano e un calendario editoriale, basato sulle attività/iniziativa pianificate dai singoli attori dello SFIM. Tale azione può essere sviluppata a partire da una call rivolta a tutti gli attori, che li inviti a condividere le attività che ritengono opportuno rilanciare sui canali istituzionali. Deve poi essere integrata da call periodiche agli attori dello SFIM, ovvero inviti a segnalare le loro attività, con opportuno anticipo, attraverso schede e materiale multimediale. Deve inoltre essere sostenuta da incontri periodici tra gruppi di attori della rete SFIM (DS ma anche docenti, lettori, studenti) a cui partecipi un referente ufficio V, ai fini di un migliore coordinamento e per rendere più efficace la comunicazione "interna" alla rete.

L'ufficio V può offrire agli attori SFIM un supporto redazionale e di comunicazione (es. elaborazione e ottimizzazione del materiale inviato ai fini della pubblicazione sui diversi canali).

3.2 Nuovi strumenti

Il logo ufficiale e il video ufficiale sono due nuovi strumenti fondamentali per rendere riconoscibili lo SFIM, le sue caratteristiche e le sue attività. È quindi fondamentale che tutti gli attori li usino, li diffondano e li valorizzino in primo piano sui propri canali istituzionali e reti sociali, secondo una logica tipica degli ambienti digitali, che è quella della condivisione che genera valore e reputazione.

3.3 Sinergie con i nodi della rete estera: rappresentanze diplomatico-consolari e istituti di cultura

Nel rispetto delle competenze di ciascuna istituzione, le collaborazioni tra le componenti del Sistema della Formazione Italiana nel Mondo e i nodi della rete estera possono offrire un contributo

Giornate della Formazione Italiana nel Mondo

Direzione Generale per la Diplomazia Pubblica e Culturale
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
Piazzale della Farnesina, 1 – 00135 Roma
Dgdp-05.comunicazione@esteri.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



fondamentale al raggiungimento degli obiettivi legati alla visibilità e all'attrattività e, più in generale, rispetto al rafforzamento del senso di identità e appartenenza legato al Sistema della Formazione Italiana nel Mondo.

Per quanto concerne i rapporti con i media, si ritiene importante il supporto che la rappresentanza diplomatico-consolare e l'Istituto Italiano di Cultura (IIC) possono offrire per gli eventi di maggiore portata e per quelli realizzati congiuntamente, ad esempio, con la scuola. Indubbiamente, il lavoro congiunto di promozione linguistica e culturale offre un'immagine completa del Paese, all'interno della quale il personale scolastico e formativo, ministeriale e non, occupa una posizione privilegiata presso famiglie e comunità.

Il dialogo con le autorità diplomatico-consolari è fondamentale per espandere le proposte, calibrandole sugli studenti delle scuole, dei centri educativi o delle università via via coinvolti. Il confronto tra i partecipanti al tavolo ha fatto emergere numerose esperienze significative, che si possono ascrivere a cinque linee d'azione.

- 1) **Incentivare la partecipazione degli studenti a iniziative dell'IIC/della rappresentanza diplomatico-consolare, anche pensate ad hoc per loro** (es. rappresentazioni teatrali, mostre fotografiche, concerti, conferenze, proiezioni, incontri, concorsi, anche nell'ambito di rassegne annuali quali la Settimana della Lingua Italiana).
- 2) **Favorire il dialogo tra gli studenti e gli interlocutori qualificati della rete estera ospitati dall'IIC/della rappresentanza diplomatico-consolare**, (es. visite nelle scuole, incontri con illustratori per ragazzi, sceneggiatori, artisti, docenti universitari, esperti di diversi campi del sapere, scrittori, scienziati, storici italiani).
- 3) **Realizzare campagne di comunicazione congiunte dedicate a specifici progetti educativi**. Ad es.: pubblicazione, sui canali web e social della rappresentanza diplomatico-consolare, dei contributi degli studenti (su uno specifico tema, o più in generale sullo studio della lingua italiana e sul legame con tale lingua e cultura); previsione di una *visual identity* per i progetti congiunti, così che la comunicazione possa essere coordinata tra tutti gli attori, sul piano visivo e su quello dei contenuti.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- 4) **Realizzare progetti che coinvolgano attivamente la rappresentanza diplomatico-consolare /I'IC.** Ad es.: incontri con i rappresentanti dell'Ambasciata/Consolato e dell'Istituto, finalizzati al confronto su un tema affrontato dagli studenti nelle attività curricolari o in uno specifico progetto educativo.
- 5) **Realizzare iniziative congiunte con la rappresentanza diplomatico-consolare/I'IC, destinate (anche) agli studenti o che coinvolgano in prima persona gli studenti** (es. giornate di orientamento scolastico e universitario; attività con la biblioteca dell'Istituto; concorsi; gare; spettacoli, anche per scopi di beneficenza; guide digitali).

3.4 Un punto unico di accesso, dialogo e condivisione

Tra le proposte emerse vi è poi quella della creazione di un sito web "autonomo" dello SFIM, in cui far confluire tutti i contenuti prodotti dagli attori della rete: una piattaforma unica di coordinamento, con una sua autonomia e identità, con un suo indirizzo specifico, che sia un punto unico di accesso alle informazioni, e che consenta un dialogo e una interazione più diretta tra le persone (DS, docenti, studenti, partner, stakeholder, media, esperti e operatori del settore).

Il nuovo sito potrebbe essere progettato e realizzato sul modello dei siti satellite della Farnesina (es. Innovitalia, Collezione Farnesina) e prevedere uno o più profili collegati alle piattaforme social più diffuse, perché è proprio in queste ultime che avvengono le interazioni.

Vista l'azione prettamente relativa alla visibilità, si suggerisce una presenza sui seguenti Social Network:

- **TWITTER**, con un profilo SFIM, che può garantire immediatezza e velocità di diffusione di contenuti e notizie, anche corredati da immagini, video e multimedia vari; utilizzabile molte volte durante una singola giornata per il lancio/rilancio di notizie istituzionali e/o comunicati. È molto usato per la sua immediatezza e versatilità nel mondo delle Pubbliche relazioni e degli Uffici stampa.
- **LINKEDIN**, con una pagina/vetrina, come Social collegato fortemente al mondo del Lavoro, delle Istituzioni e delle Imprese; permette di creare una presenza stabile e delle relazioni di qualità fortemente orientate verso altri attori presenti nella rete LinkedIn mondiale;



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- FACEBOOK, con una pagina istituzionale che consentirà di creare e mantenere legami digitali con gli altri attori presenti sulla stessa piattaforma (scuole, istituti, gruppi genitori, considerato la enorme diffusione a livello globale del suddetto social);
- INSTAGRAM, con un profilo che consenta di valorizzare la dimensione visiva e creativa delle iniziative SFIM. Sebbene non sia un social strettamente legato alla comunicazione istituzionale, viene qui preso in considerazione per via del suo target (giovanissimi e giovani) e, appunto, per la sua natura visiva, che offre la possibilità di valorizzare i progetti SFIM attraverso immagini e video;
- BLOG (inserito all'interno del sito web autonomo dello SFIM): come ambiente ideale per pubblicare notizie, novità, eventi, comunicati, considerato strategicamente il fatto che un blog riesce ad avere una grande capacità di indicizzazione, se vogliamo che i contenuti pubblicati possano essere "trovati" tramite ricerche (semplici o complesse) su Google.

Obiettivo a lungo termine è anche quello di aggregare una vera e propria comunità internazionale intorno al sito e ai profili social, rendendoli "luoghi" di interesse per tutti i pubblici di riferimento dello SFIM.

4. ATTRATTIVITÀ: NUOVI PROTAGONISTI E NUOVE STRATEGIE

L'attrattività è un concetto di "presenza" che va oltre e completa quello di visibilità e che, in modo peculiare, è frutto di un'attività di *storytelling* che parta dalle esperienze dei giovani, alunni ed ex alunni, e dalle loro famiglie. Sono costoro ad essere i veri protagonisti dell'attrattività.

Sono loro che hanno le maggiori probabilità di creare rispecchiamento sociale e che possono contribuire in modo autentico e credibile alla diffusione della conoscenza del Sistema della Formazione italiana nel Mondo, con tutto il suo "sistema valoriale", propagando la bellezza della lingua e della cultura italiane.

In questa strategia il digitale rappresenta lo strumento, non il fine né il contenuto, ma certamente il canale che ci invita a dialogare seguendo delle regole di etica, di rispetto, di non violenza, di accoglienza, di tolleranza che, oggi più che mai, valgono per questa nuova dimensione ON LIFE.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Crediamo che non si possa pensare di essere attrattivi senza una presenza qualificata e costante sulle piattaforme digitali.

Presenza qualificata, in questo caso, significa contenuti incentrati sulla promozione della lingua e cultura italiana in campo educativo e scolastico, raccontati direttamente dai giovani protagonisti: i valori del sistema educativo italiano e le competenze linguistico-comunicative (es. scrivere, parlare) devono essere gli elementi che accomunano tutte le iniziative di comunicazione a questo livello.

In questo i progetti educativi hanno un duplice ruolo fondamentale: da una parte sono mirati a lavorare proprio sui valori e le competenze linguistico-comunicative, arricchendo l'offerta formativa, dall'altro rappresentano un contenuto/esperienza da raccontare sui canali digitali.

È allora importante, fin dall'ideazione del progetto educativo, tenerne presente il potenziale comunicativo e sviluppare, insieme al progetto, un piano di comunicazione che lo valorizzi. È come dire che non basta solo progettare e realizzare un evento, è necessario presentarlo sui canali digitali, oltre che in quelli off-line (sulla base anche delle peculiarità di ogni territorio nel quale insiste la Scuola/Istituto), rispettando diversi livelli di informazione e di calendarizzazione. Anche qui l'ufficio V può offrire un supporto redazionale e di comunicazione.

Le seguenti proposte sono dunque mirate a rafforzare l'attrattività dello SFIM nei confronti di tutti i pubblici, attraverso il protagonismo di chi lo vive in prima persona.

- **Rubrica** che dia voce direttamente agli studenti dello SFIM, lasciando che siano loro a raccontare, in video-interviste, la loro esperienza formativa attraverso una progettualità da loro vissuta. La rubrica, se coinvolge anche ex studenti, può essere anche il primo passo per la costruzione della rete Alunni SFIM, perché consentirebbe di raccogliere dati, contatti e temi salienti. Il canale è ancora istituzionale, ma il formato video è il più efficace in termini di propagazione sulle reti sociali.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- **Forum internazionale degli studenti SFIM** che coinvolga gruppi di studenti (di scuole, sezioni, corsi, lettori) in incontri tematici con i referenti MAECI/SFIM, focalizzati sugli argomenti di questo tavolo: come, dove e perché raccontare al pubblico la scuola italiana all'estero? I risultati potrebbero rappresentare anche la base per la costruzione del sito/canale social SFIM (vedi sopra). Anche questo è un passo verso la costruzione della rete Alunni.
- **Reti tra scuole dello SFIM per la realizzazione congiunta di progetti educativi** attraverso partnership, gemellaggi, o attività svolte in collaborazione, in particolare tra scuole funzionanti nei due emisferi, così da far fronte alle scadenze di progetti che cadono nel periodo di chiusura delle scuole dell'emisfero australe.
- **Reti tra scuole dello SFIM e Scuole Statali e paritarie del territorio nazionale** con gemellaggi anche virtuali, allo scopo di: a) operare in continuità e con costante confronto con il sistema scolastico italiano; b) realizzare progetti educativi su tematiche trasversali prendendo spunto anche dalle parole chiave individuate nel corso delle riunioni del tavolo (inclusione – rispetto – digitale – cittadinanza globale- accoglienza – sostenibilità ambientale – benessere psico-fisico della persona – valorizzazione delle diversità – cittadinanza digitale –interculturalità – bi- e plurilinguismo – mobilità – scambio – condivisione – internazionalizzazione – sinergia – rete)
- **Progetti incentrati sulle abilità linguistico-comunicative** (es. scambi epistolari, interviste, recensioni, traslitterazioni)
- **Progetti che includano il rafforzamento di competenze** (es. *public speaking*, creazione di video-interviste) e contemporaneamente abbiano ricadute in termini di attrattività (es. pubblicazione delle video-interviste)
- **Serie di podcast/videopodcast, webinar, cortometraggi**, da caricare e diffondere tramite canali quali Spreaker/SPOTIFY



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- **Progetti su temi che coinvolgano direttamente, in prima persona, gli studenti** e il loro uso delle competenze linguistico-comunicative, oltre a riguardare la diffusione di “buone pratiche” nell’utilizzo etico e costruttivo del canale digitale, es. progetti sull’uso della rete, sul cyberbullismo.

5. BUONE PRATICHE: MODELLI DA ADATTARE E REPLICARE

Si presenta infine una sintesi ragionata dei *paper* e degli interventi offerti dai Dirigenti Scolastici e dal personale amministrativo che ha partecipato al tavolo “Una scuola aperta e integrata tra comunicazione e progettualità”.

Nuove reti per la comunicazione e la progettualità

- Gli interventi formativi, didattici e culturali trovano un fondamentale supporto nella comunicazione attraverso le tecnologie dell’informazione. La piattaforma on line P.R.I.A. in Russia (www.programmapria.ru) è riuscita a coinvolgere attivamente centinaia di docenti e migliaia di studenti russi e italiani, rendendoli non solo fruitori attenti, ma anche autori, scrittori, videomaker, creatori di contenuti.
- Una ulteriore buona pratica da replicare potrebbe essere quella tedesca della Piattaforma PASCH, che offre ai docenti di tedesco la possibilità di creare aree di lavoro virtuali per l’insegnamento e/o di prendere parte a attività di formazione online seguite da tutor.
- La costituzione di una rete di scuole straniere che offrano lo studio dell’italiano avrebbe come vantaggio il potenziamento dell’offerta della nostra lingua e cultura dall’interno dei sistemi locali di istruzione, includendo progetti biculturali di scambio, condivisione di modelli pedagogici, risorse umane e materiali, erogazione di borse di studio per la frequenza universitaria, gemellaggi scolastici, a beneficio del dialogo interculturale e con un positivo ritorno d’immagine per tutte le parti promotrici.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



Progettare e comunicare sui e tra i territori

- Il contatto con le realtà territoriali è altrettanto fondamentale: l'esempio è quello dei laboratori per la creazione di mappe urbane, basati sulla collaborazione tra municipalità (come avvenuto tra Milano e San Paolo del Brasile). Le sinergie con specifiche figure professionali possono attivare riflessioni sull'orientamento; il contatto tra municipalità permette di intervenire anche a livello istituzionale, sia sfruttando gemellaggi esistenti sia rafforzando le relazioni culturali.

Il contatto e il dialogo tra le scuole italiane in territorio nazionale e all'estero

- Il progetto pilota di internazionalizzazione in atto a New York potrebbe essere replicato per le scuole italiane all'estero, sia per rispondere al desiderio di internazionalizzazione degli studenti delle scuole del territorio nazionale, sia per valorizzare il nostro patrimonio bi-culturale e bi-lingue nel mondo.
- Il contatto diretto con le realtà scolastiche e universitarie in territorio nazionale è cruciale per comprenderne buone pratiche, collegialità e sistema organizzativo in generale. La creazione di gemellaggi virtuali tra le scuole italiane in Italia e all'estero sarebbe funzionale a un confronto sistemico, che coinvolga tutte le componenti della scuola: la dirigenza, i docenti e gli studenti. In questo ambito, particolarmente utile sarebbe la creazione di progetti culturali integrati che abbiano poi un riflesso nella comunicazione (es. produzione di video sulle esperienze realizzate, da diffondere attraverso i canali delle Sedi diplomatiche, degli Istituti di Cultura e delle reti sociali).

Il potenziale delle componenti dello SFIM

- Le Sezioni italiane (in Francia sono, ad esempio, oltre trenta, presenti in tutti gli ordini di scuola, saldamente inserite nel sistema scolastico locale) appaiono attrattive sia per la popolazione di origine italiana, sia per la comunità locale e internazionale, promuovendo i valori e le peculiarità della cultura italiana in un contesto internazionale. A testimonianza di ciò anche il recente inserimento, fra le discipline d'insegnamento nelle sezioni italiane in Francia, della materia 'conoscenza del mondo'. Le sezioni fanno generalmente registrare alti livelli di partecipazione attiva ai progetti promossi dal MAECI, rappresentando un bacino significativo e una componente dal grande potenziale per l'attrattività dello SFIM.

Giornate della Formazione Italiana nel Mondo
Direzione Generale per la Diplomazia Pubblica e Culturale
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
Piazzale della Farnesina, 1 – 00135 Roma
Dgdp-05.comunicazione@esteri.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



- I corsi di lingua e cultura italiana, curati dagli enti gestori e da docenti inviati dall'Italia, coinvolgono un numero consistente di bambini e ragazzi in molti continenti. Rappresentano uno strumento fondamentale nella strategia generale di diffusione dell'italiano, grazie alla capillare presenza nelle scuole locali e hanno contribuito a rafforzare l'italiano come lingua d'insegnamento nei sistemi scolastici esteri. Anche in questo caso è utile riflettere sul potenziale di questa componente dello SFIM, in termini di attrattività.

L'interazione con la rete di Ambasciate, Uffici consolari, IIC e mondo dell'imprenditoria privata e pubblica

- Le iniziative di collaborazione con la rete delle Rappresentanze diplomatiche e consolari e degli IIC, come il progetto "L'Ambasciata adotta una scuola locale" (realizzato a Washington), possono fare emergere la ricchezza della nostra lingua e cultura e, attraverso la comunicazione digitale, far diventare virale l'idea aumentando l'attrattività dello SFIM. Inoltre, come avvenuto per esempio a Washington e a Berlino, le associazioni (come Eduitalia) e le imprese (come Fiat) possono sostenere gli studenti dello SFIM offrendo loro borse di studio allo scopo di consolidare e arricchire il legame con l'Italia, anche in una prospettiva professionale futura.



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



APPENDICE – PARTECIPANTI AL TAVOLO

ESPERTO ESTERNO

Giuseppe Sferrazzo	Formatore nel campo della comunicazione
--------------------	---

MINISTERO DEGLI AFFARI ESTERI E DELLA COOPERAZIONE INTERNAZIONALE

Serena Bonito	Capo Sezione II - Ufficio V DGDP
Annarita Guidi	Referente Comunicazione - Ufficio V DGDP
Chiara Priore	Coordinatrice Formazione DS e ATA - Ufficio V DGDP

MINISTERO DELL'ISTRUZIONE E DEL MERITO

Bruno Gerardo Lamonaca	Dirigente Ufficio V - DG per gli Ordinamenti, la Valutazione e l'Internazionalizzazione
Sara Fattorini	Funzionaria Ufficio V - DG per gli Ordinamenti, la Valutazione e l'Internazionalizzazione

SISTEMA DELLA FORMAZIONE ITALIANA NEL MONDO

DIRIGENTI SCOLASTICI DELLE SCUOLE STATALI ITALIANE ALL'ESTERO

Jean-Claude Arnod	Parigi
Massimo Giuseppe Bonelli	Madrid
Patrizia Carfagna	Barcellona
Claudia Curci	Zurigo
Giuseppe Finocchiaro	Istanbul
Emilio Luzi	Atene
Stefania Pasqualoni	Addis Abeba



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



SISTEMA DELLA FORMAZIONE ITALIANA NEL MONDO

DIRIGENTI SCOLASTICI NELLE RAPPRESENTANZE DIPLOMATICO-CONSOLARI ITALIANE ALL'ESTERO

Antonella Agostinis	Ambasciata a Montevideo
Monica Faggionato	Consolato Generale a San Paolo
Carmela Grassi	Ambasciata a Berna, Consolato a Basilea
Annavaleria Guazzieri	Consolato Generale a New York
Giuseppe Lo Porto	Consolato Generale a Mosca
Anna Maria Marzorati	Ambasciata a Berlino
Luigi Vallebona	Consolato Generale a Parigi

SISTEMA DELLA FORMAZIONE ITALIANA NEL MONDO

DSGA E AA NELLE RAPPRESENTANZE DIPLOMATICO-CONSOLARI ITALIANE ALL'ESTERO

Salvatore De Blasi	Consolato Generale a Stoccarda
Rita Iannazzi	Ambasciata a Washington