



LA COMUNICAZIONE PUBBLICA NEL CONTESTO INTERNAZIONALE

- SFIDE E OPPORTUNITA' -

9 maggio 2022

Vincenzo Le Voci

COMUNICAZIONE GOVERNATIVA

Principali obiettivi

Informare i cittadini sui temi seguenti:

- l'agenda politica di governo, con focus sulle sfide sociali e sull'occupazione, problematiche legate all'ambiente, al clima e all'energia, giustizia e sicurezza interna, misure economiche e finanziarie, programmi inerenti all'istruzione e alla cultura, etc.
- il ruolo dello Stato nella politica estera (incluse le attività di *branding*)
- la gestione delle crisi (misure contingenti e preventive)
- cooperazione con la società civile

Attuali prospettive

- Ampliamento della cooperazione interministeriale e con autorità regionali e locali
- Rafforzamento della cooperazione con il mondo accademico, dell'industria e con settori della società civile
- Sicurezza, lotta alla corruzione
- Capacity building e investimenti nelle tecnologie digitali
- Investimenti nell'istruzione
- Sostegno alla libertà di stampa
- Margini di miglioramento nella gestione delle crisi
- Investimenti in progetti a beneficio delle giovani generazioni
- Tutela dei principi etici e civici
- Sforzi congiunti per ri-affermare il ruolo dello Stato nell'UE
- Miglior uso delle risorse UE a beneficio della collettività
- Maggiore apertura e trasparenza

COMUNICAZIONE SULL'UE

Analogie/Similarità

Obiettivi

Informare i cittadini sui temi seguenti:

- Il processo di integrazione europea e l'allargamento
- Le priorità politiche e sociali dell'UE
- Il valore aggiunto dell'UE
- Opportunità d'impiego, mobilità, scambi commerciali, missioni di mantenimento della pace, gestione di crisi, contrasto alle *minacce ibride*, etc.
- Investimenti lungimiranti: coinvolgimento dei settori-chiave della società nella costruzione di future prospettive nell'identificazione delle priorità-chiave

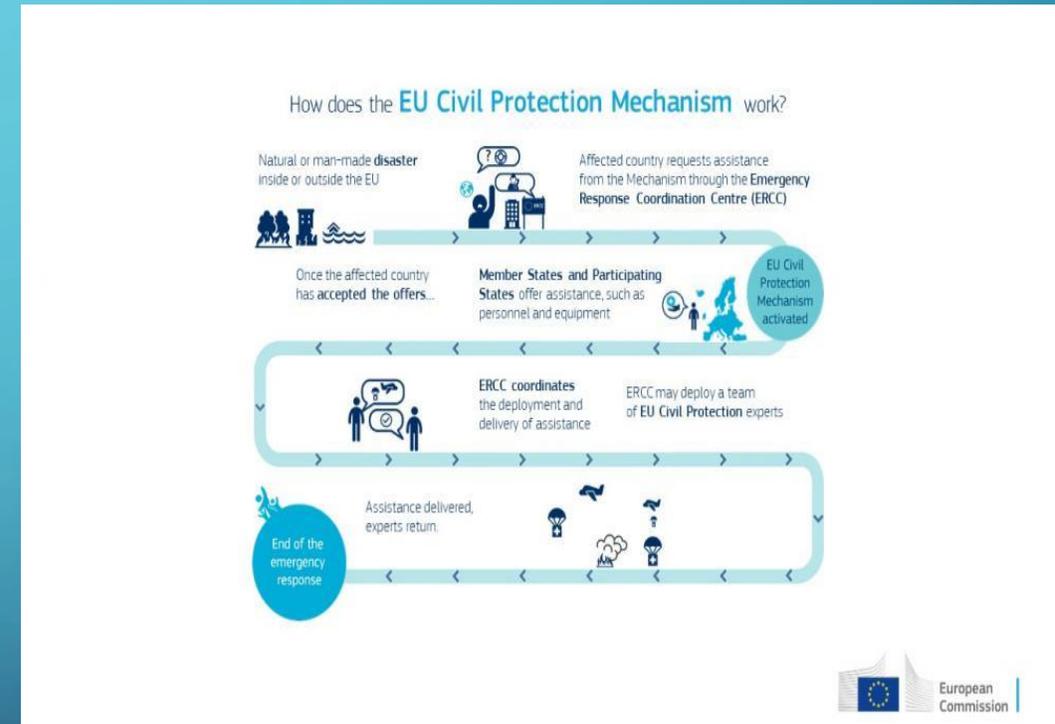
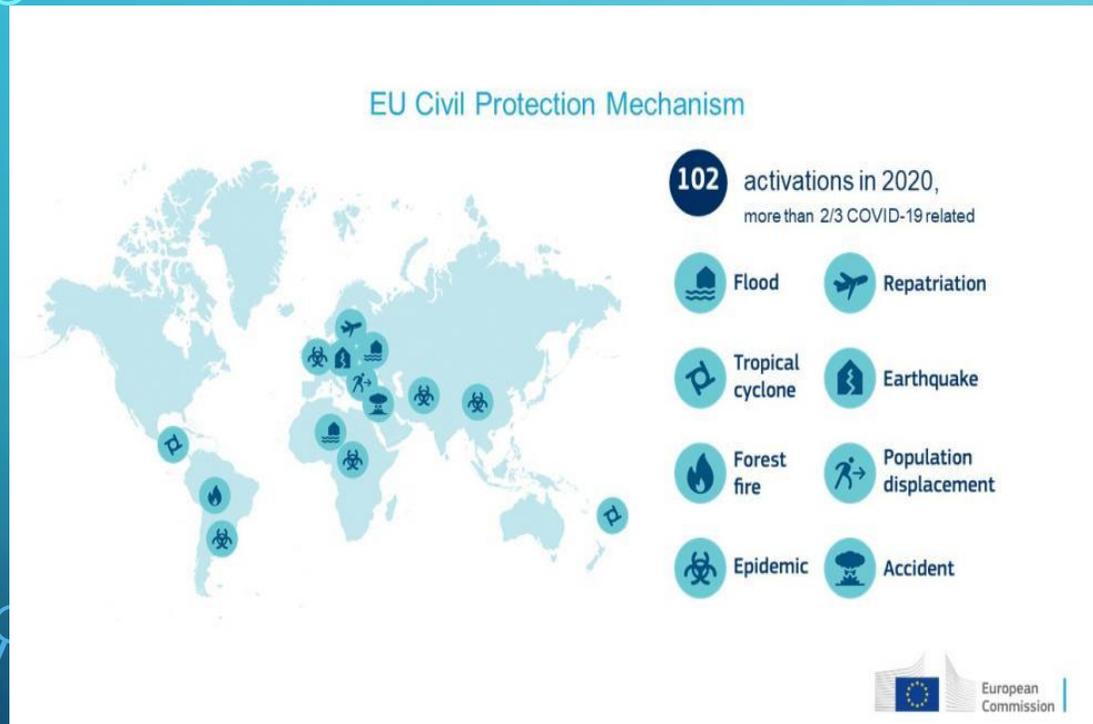
Prospettive

- Rafforzamento della cooperazione (Stronger cooperation (trans-frontaliera, inter-istituzionale e con paesi terzi)
- Più ampia conoscenza e coscienza globale sull'attuale e futuro ruolo dell'UE, maggior fiducia e sostegno dei cittadini nei suoi confronti e più ampia partecipazione al progetto europeo (maggior coinvolgimento società civile)
- Migliore utilizzo delle risorse UE per comuni benefici
- Sicurezza, lotta alla corruzione
- Maggiore apertura e trasparenza

Gestione delle crisi e ruolo dei comunicatori

Il meccanismo IPCR dell'UE e l'esperienza del CCN

(preparazione al pronto intervento: « lessons learning »)

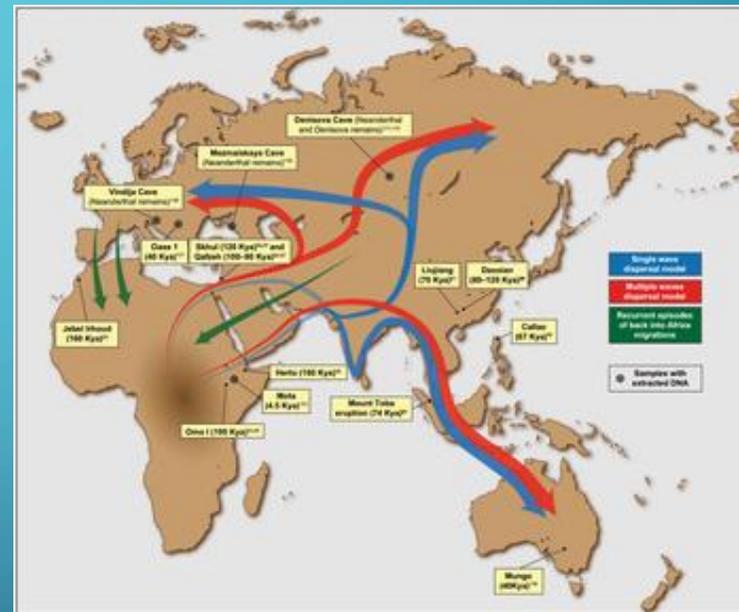
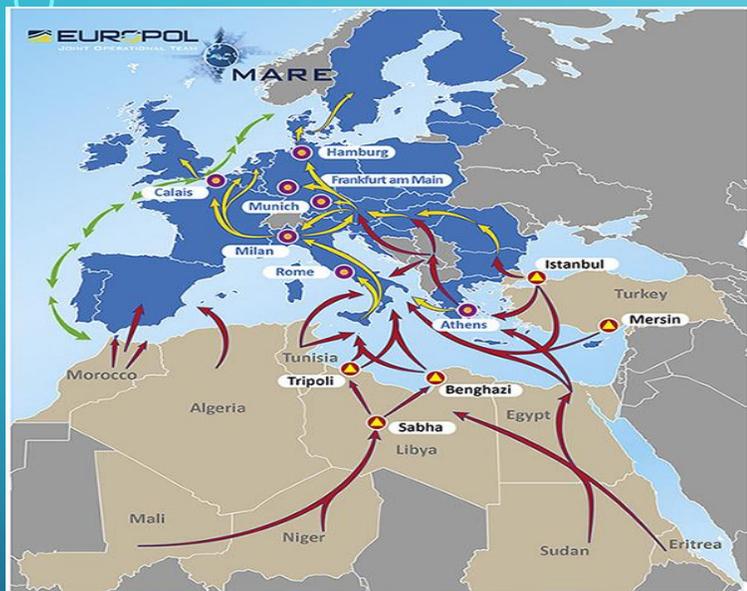


https://ec.europa.eu/echo/what/civil-protection/eu-civil-protection-mechanism_en

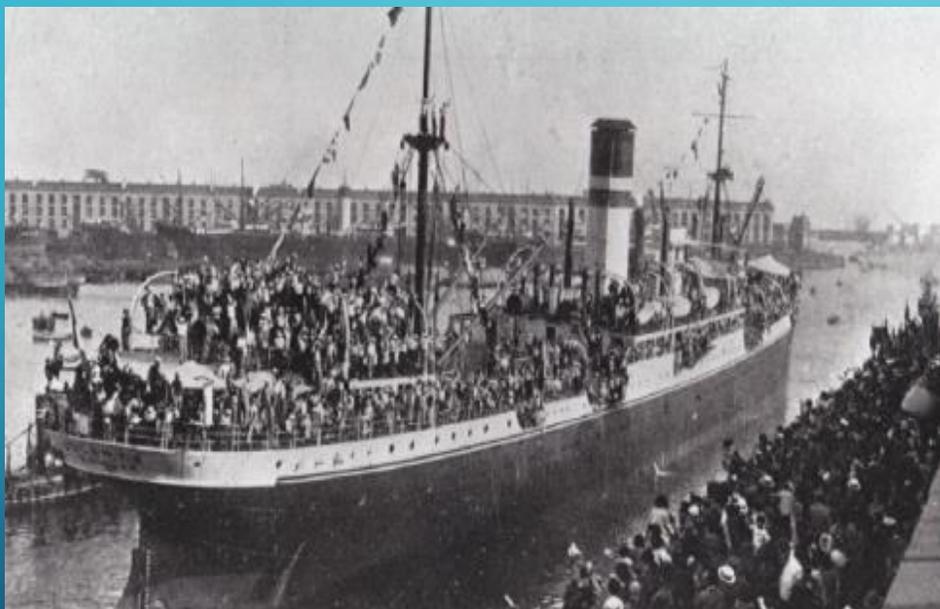
L'IPCR – MECCANISMO DI RISPOSTA INTEGRATA ALLE CRISI POLITICHE

- Approvato nel giugno 2013 dai Ministri degli Affari europei degli Stati membri dell'UE (idea maturata a seguito dei tragici avvenimenti del settembre 2001 negli Stati Uniti, del 2004 in Spagna (Atocha), dello tsunami nel 2004 nell'Oceano indiano, 2005 nel Regno Unito (terrorismo), e consolidata a seguito della crisi migratoria del 2015 e ai fatti tragici in Francia-2015 e in Belgio-2016...)
- L'IPCR (Integrated Political Crisis Response) è un dispositivo integrato dell'UE allestito per reagire a livello politico in modo strategicamente tempestivo e strutturato nel quadro di coordinamento delle situazioni di urgenza e di crisi (CCA-Crisis Coordination Arrangements)
- Concetto di *Information-Sharing* rafforzato nel 2015 (Consiglio riunito a Lussemburgo).
- Il 28 gennaio 2020 la presidenza croata ha attivato il meccanismo IPCR per fronteggiare la pandemia. Nello stesso giorno, la Francia, seguita dagli altri Stati membri, ha dato avvio all'attivazione del meccanismo di protezione civile dell'UE nel quadro della crisi sanitaria provocata dal coronavirus
- **In reazione all'invasione dell'Ucraina da parte della Russia, la presidenza francese ha deciso, il 27 febbraio 2022, di procedere all'attivazione totale dell'IPCR** per assicurare una risposta adeguata e coordinata a livello politico.
- <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/ipcr-response-to-crises/>

Comprendere il 'quadro generale': un *MUST* per i comunicatori pubblici



Conoscenza degli antefatti e delle radici: punto di partenza cruciale



I comunicatori e i media - 1

- prossimità e riscontro verità fattuale;
- apprendimento e condivisione



I comunicatori e i media - 2

- a) il dovere di testimoniare;
- b) l'impatto sull'opinione pubblica



Photo - DOI - Reuben Piscopo



© POOLUPP via Getty Images

I comunicatori e i media - 3

a) credibilità; b) *consistency*



I principi e le priorità fondamentali – 1

- Contingenze e programmazione a breve, media e lunga scadenza
- Coerenza e *consistency*
- Protezione della componente etica e salvaguardia dell'autonomia del ruolo del comunicatore pubblico
- Affermazione delle funzioni di « consigliere » nei riguardi delle autorità politiche
- Costruzione e aggiornamento conoscenze/competenze e capacità: formazione continua

I principi e le priorità fondamentali - 2

- Lotta/contrasto alla disinformazione
- Ricerca/Promozione/Sostegno nei riguardi di forme di partenariato in materia di comunicazione
- Adozione/Promozione/Sostegno di un approccio interattivo e bidirezionale con audiences esterne
- Connessione e cooperazione con la società civile
- Monitoraggio delle tendenze (opinioni e comportamenti) dell'opinione pubblica
- Monitoraggio, valutazione, *lessons learning*, condivisione dei risultati

LA LOTTA PER UN'INFORMAZIONE LIBERA E PER NEUTRALIZZARE LA DISINFORMAZIONE

- **Raccomandazioni di un Gruppo internazionale d'esperti – dicembre 2017-marzo 2018**
- Comunicazione della Commissione – aprile 2018 – proposta di una gamma di azioni (sistema di debunking e monitoraggio)
- Piano d'Azione EEAS/Commissione per la mobilitazione dell'UE per contrastare la disinformazione (dicembre 2018)
- Mobilitazione di tutte le istituzioni
- Protezione sicurezza delle informazioni in vista delle elezioni europee di maggio 2019 (Conclusioni del Consiglio e degli Stati membri "Assicurare elezioni europee libere e corrette", adottate il 19 febbraio 2019) (impegno della Presidenza)
- **Creazione di un nuovo gruppo preparatorio del Consiglio sull'analisi, la prevenzione e il contrasto alle minacce ibride**

Fondamentale: monitoraggio dell'opinione pubblica
(Eurobarometro, osservatori nazionali e internazionali)
e analisi obiettiva dei dati

L'UE MOBILITATA CONTRO LA DISINFORMAZIONE - CRONOLOGIA DI RILIEVO (NON ESAUSTIVA) - 1

- Dicembre 2017-Marzo 2018: Set di Raccomandazioni del Gruppo di Lavoro ad Alto Livello costituito dalla Commissaria Gabriel <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>
- Aprile 2018: Comunicazione della Commissione europea – proposta set di azioni (*debunking* e sistema di monitoraggio) <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>
- Settembre 2018: Codice di Condotta sulla Disinformazione <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>
- Dicembre 2018: Piano di Azione SEAE/Commissione per contrastare la disinformazione https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2018-49/action_plan_against_disinformation_26A2EA85-DE63-03C0-25A096932DAB1F95_55952.pdf
- 19 Febbraio 2019 – Conclusioni del Consiglio – Assicurare elezioni europee libere e corrette <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2019/02/19/securing-free-and-fair-european-elections-council-adopts-conclusions/>

L'UE MOBILITATA CONTRO LA DISINFORMAZIONE - CRONOLOGIA DI RILIEVO (NON ESAUSTIVA) - 2

- Marzo 2019 : Rapporti Google, Facebook e Twitter sulle azioni intraprese per onorare gli impegni sull'integrità del quadro informativo in vista delle elezioni europee
<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/second-monthly-intermediate-results-eu-code-practice-against-disinformation>
- 14 Giugno 2019: Rapporto congiunto Commissione/SEAE) – esecuzione del Piano d'Azione sulla lotta alla disinformazione
https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/63943/progress-report-action-plan-against-disinformation_en
- 29 Ottobre 2019 – Rapporti di auto-valutazione da parte dell'industria internet sull'osservanza del Codice di Condotta sulla disinformazione https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/it/statement_19_6166
- 10 Giugno 2020 – Comunicazione congiunta SEAE/Commission su “Tackling COVID-19 disinformation/Getting the Facts Right”
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020JC0008>
- Pagina di approfondimento nel sito web del Dipartimento per le Politiche europee della Presidenza del Consiglio UE
<http://www.politicheeuropee.gov.it/it/comunicazione/notizie/comunicazione-commissione-disinformazione/>

CODICE DI CONDOTTA SULLA DISINFORMAZIONE

Impegno sottoscritto dalle piattaforme on line e del settore «advertising»:

1. Individuare la disinformazione diffusa tramite posts, annunci, comunicati, etc. e neutralizzare/interrompere tali tendenze e i relativi introiti economico-finanziari
2. Rendere la “pubblicità politica” e quella “evenemenziale” trasparenti
3. Affrontare la problematica dei *falsi accounts* e delle *on-line bots* assumendo le dovute responsabilità
4. Facilitare la segnalazione da parte degli utenti di casi di disinformazione e il loro accesso alle differenti fonti “autorevoli”, dandone il massimo risalto
5. Autorizzare la *research community* a monitorare la diffusione e l’impatto della disinformazione online



Il ruolo dei comunicatori europei e il contesto informale: il Club di Venezia - 1



- Fondato nel 1986 per promuovere gli scambi d'informazione e di migliori pratiche tra comunicatori governativi
- *Networking*
- **Composizione:** Stati membri dell'UE, Regno Unito, paesi candidati all'adesione all'UE, istituzioni e organi europei, SEAE, BCE, BEI, comitati
- **Governance:** Presidente, Vicepresidente, Segretario generale, Gruppo di pilotaggio (otto direttori nazionali + Sec-Gen) e Gruppo di saggi
- *“Chatham House” rule*

Il ruolo dei comunicatori europei e il contesto informale: il Club di Venezia - 2



- «*Capacity building*», etica e professionalità
- Agenda: focus su comunicazione governativa/nazionale e europea
- Partnership con Stati membri, UK, paesi candidati, istituzioni europee, divisione stratcom del SEAE, IPCR CCN
- Collaborazione con organizzazioni internazionali: OCSE, CdE, NATO, SEECOM, SEEMO, Cap'Com, COMPA, ICMPD, DebunkeEU, IOM, KAS, Mercator, Demsoc, Berenschot, REOC, NAGC, EESC, CdR (EuroPCom), WPP, OGNfE, HSS...

Il ruolo dei comunicatori europei e il contesto informale: il Club di Venezia - 3

- Sessioni plenarie e *break-out* «*parallel*» *groups* (due riunioni plenarie e due-tre seminari/ateliers tematici all'anno)
- Agenda definita dal comitato di pilotaggio in collaborazione con le autorità nazionali del paese che ospita ciascuna riunione
- Comunicazione di crisi, agenda digitale, campagne di comunicazione tematiche
- Briefing notes preparatorie e *background questions/tips*
- Contributi e risultati dei lavori



I « canali di comunicazione » del Club di Venezia



- Interni: piattaforma web Venicenet (la banca dati del Club – sito web di sorveglianza e pronto aggiornamento, accessibile esclusivamente ai membri del Club)

- Esterni (pubblicazioni):

- CONVERGENCES, rivista di comunicazione pubblica (accessibile tramite il sito web del Dipartimento delle politiche europee dell'Ufficio di Presidenza del Consiglio dei ministri italiano)

<https://www.politicheeuropee.gov.it/en/communicati on/projects-campaigns/club-of-venice/convergences-public-communication-magazine/>

- LIBRI (formato «compendium») sulle tendenze e sfide per la comunicazione pubblica – pubblicati ogni quinquennio (per ultimo a dicembre 2021, per celebrare i 35 anni di attività del Club)

Published with the financial support of the Chancellery of the Prime Minister of Belgium (Directorate-general External Communication), the Ministry of General Affairs of the Netherlands (Public Information and Communications Service), the United Kingdom Government Communication Service, the Office of the Prime Minister of Malta (Department of Information), the Ministry of Foreign Affairs of Lithuania (Permanent Representation of Lithuania to the European Union), Ministry of Foreign and European Affairs – Republic of Croatia and the European Parliament.



Venicenet
Club of Venice (since 1986)



Le Accademie di comunicazione – un mondo da esplorare –

- Paesi Bassi: Accademia governativa di comunicazione
- UK: Accademia di comunicazione del Servizio pubblico
- *Public Diplomacy* (Svezia, UK, Istituto Clingendahl, Grecia, Istituto Affari Internazionali, IFRI...)
 - *Country Reputation/Branding* (<https://index.goodcountry.org/>,
<https://www.heritage.org/index/ranking>,
<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-10/NBI-2021-ipsos.pdf>)
- *Risk Management*: Centri nazionali e internazionali di gestione di crisi (Belgio, Academy BfR Germania, NCTV Paesi Bassi, Estonia-Centro di comunicazione strategica, NATO CoE, Berlin European CoE per la gestione delle crisi civili, etc.)

I principi e le priorità fondamentali – 3

Plenarie del Club di Venezia (Vilnius 2018, Venezia 2019, 2020 e 2021 – **Firenze, 30.6/1.7.2022**)
e seminari « StratCom » (London, annual event since 2017 – **February 2022**)

1) Applicare i « 5Ds key concepts »:

- **Direct** – communicating with your audiences in their own online environments
- **Digital** – the ever increasing expansion of digital requires a ‘digital first’ approach
- **Diverse** – understanding and communicating successfully across the broadest spectrums of society and trustworthy channels
- **Data-driven** – harnessing data to increase effectiveness of communications (valutazione)
- **Disinformation** – collaborating with partner countries and industry to effectively counter disinformation

2) Trarre ispirazione dal rapporto globale OCSE sulla Comunicazione Pubblica

3) Identificare le sfide cruciali e organizzare **focus groups** (capacity building, hybrid threats)

4) Condividere conoscenze!!!!!!!!!!!!!!

I principi e le priorità fondamentali – 4

Capacities and Capabilities building; Comunicazione di crisi; Contrasto alla disinformazione; Relazioni con i media; Interrelazione tra agenda governativa e agenda UE; Interrelazione tra comunicazione pubblica e public diplomacy; Interrelazione con la società civile e il mondo accademico

Club of Venice – Charters e Piani d’Azione

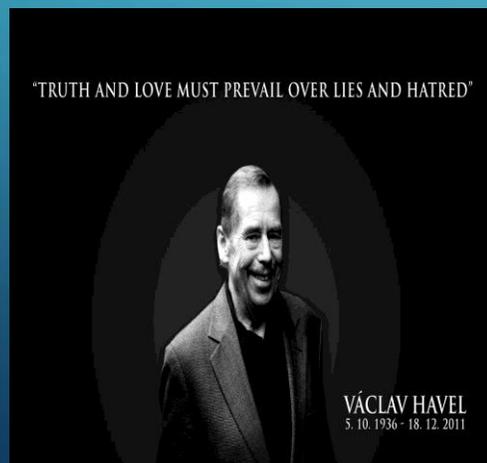
Principi chiave e filoni strategici:

- London Charter sulla comunicazione strategica (marzo 2017)
- Vilnius Charter sulla resilienza della società nei confronti della disinformazione e della propaganda tra le sfide del panorama digitale (giugno 2018)
- Vilnius Charter sulla *Capacity Building* – plasmare la professionalità nel campo della comunicazione (giugno 2018)
- Venice Action Plan sulle sinergie tra comunicazione pubblica e il settore dei media (dicembre 2019)
- Brussels Memo for Action – comunicazione e open governance in tempo di crisi (marzo 2021)

Václav Havel e il sogno di tutte le generazioni contro ogni minaccia di polarizzazione

"We may all be different, but we are all in the same boat. We can fight for our places and means of coexistence on this boat, but we also can agree on them peacefully. I understand European unity as a magnanimous attempt to choose the second of these possibilities, and to give Europe for the first time in its history the kind of order that would grow out of the free will of everyone, and be based on mutual agreement and a common longing for peace and cooperation..."

"Possiamo essere tutti diversi, ma siamo tutti sulla stessa barca. Possiamo lottare per i nostri luoghi e mezzi di convivenza su questa barca, ma possiamo anche concordarli pacificamente. Considero l'unità europea come un magnanimo tentativo di scegliere la seconda di queste possibilità e di dare all'Europa per la prima volta nella sua storia il tipo di ordine che possa sorgere dal libero arbitrio di tutti e sia basato sul mutuo accordo e sul comune desiderio di pace e cooperazione ... "



*(estratto da Europe as a Task'
Strasbourg, 8 marzo 1994,
discorso al Parlamento europeo
riunito in plenaria)*