



**CODICE PER LA COMUNICAZIONE E VISIBILITÀ
DEL CONSORZIO DELLE ONG PIEMONTESI ETS
(COP ETS)**

**Approvato dal Consiglio Direttivo
in data 9 marzo 2023**

Stefania Di Campi
Presidente e Legale Rappresentante
del Consorzio delle Ong Piemontesi ETS



Consorzio delle Ong Piemontesi ETS

Via Borgosesia n°30
10145 Torino
Tel: 011/7412507
Fax: 011/745261
E-Mail: cop@ongpiemonte.it
Sito Internet: www.ongpiemonte.it
Codice fiscale n. 97657340010

TERMINOLOGIA E ACRONIMI/ABBREVIAZIONI

OSC: Organizzazioni della Società Civile

AL: Autorità Locale

UE: Unione europea

AICS: Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo

MAECI: Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Italiana

1. SCOPO

Per comunicare in modo coordinato, efficace e responsabile il Consorzio delle Ong Piemontesi ETS (di seguito COP) persegue, da un lato, gli obiettivi strategici di comunicazione che ne delineano il posizionamento, rafforzano il senso di appartenenza sia dei Soci che di coloro che operano all'interno dell'organizzazione, ne accrescono conoscenza da parte degli stakeholder e ne consolidano l'identità dell'organizzazione e dei suoi Soci; dall'altro, il COP adotta una serie di elementi di comunicazione visiva e grafica tali da promuoverne l'immagine e facilitarne il riconoscimento. Questi ultimi elementi, in particolare, saranno utilizzati per qualsiasi forma di comunicazione, interna ed esterna, senza alterarne le caratteristiche.

Pertanto il presente documento è uno strumento di lavoro utile per tutti i Soci COP, i partner, i beneficiari, gli stakeholder, le istituzioni e le organizzazioni della società civile che si interfacciano con l'organizzazione stessa.

2. OBIETTIVO

Grazie ad una comunicazione integrata il COP, e tutti i suoi Soci, evidenzia un'identità più definita, omogenea e più facilmente identificabile, in grado di promuovere e comunicare una narrativa diversa e più aderente alla realtà della cooperazione allo sviluppo, alla solidarietà e al volontariato internazionale oggetto dell'impegno costante, dal marzo 1998, del COP.

Tale obiettivo si pone come punto focale della strategia di comunicazione che non solo è volta a potenziare i diversi canali informativi – online e offline – ma definisce la linea comunicativa grazie alla quale si possono individuare i canali e gli strumenti di comunicazione più efficaci, in grado di portare ad una più approfondita conoscenza dei progetti, dei programmi e degli interventi dei Soci e del COP stesso e, al contempo, in grado di conseguire una maggiore diffusione dei principi e dei valori che sottendono l'organizzazione ed i suoi Soci.

In tal senso, si intende curare con attenzione i contenuti, i linguaggi e l'identità visiva in modo tale che possa essere più chiara, omogenea e coerente all'identità del sistema COP, anche con l'utilizzo di forme più moderne di strumenti che possano essere di ausilio nel consentire di essere punto di riferimento, interlocutore e fonte delle informazioni, notizie e opinioni su quanto attiene la cooperazione allo sviluppo, la solidarietà ed il volontariato internazionale.

Tutte le azioni di comunicazione sono, quindi, rivolte a delineare un'identità dell'organizzazione e dei suoi Soci come organizzazioni che, con il quotidiano impegno in tante comunità del mondo, sono quel "valore aggiunto sociale" capace di generare miglioramento e sostenibilità nella vita delle persone e delle famiglie, protagoniste degli interventi, programmi e progetti dei soci e del COP.

Allo stesso tempo, ogni azione di comunicazione non prescinde dal tener conto del raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e dell'Agenda 2030, prediligendo un approccio più attento ed efficace ad una narrazione della solidarietà, del volontariato internazionale e della cooperazione allo sviluppo non intesi come mero "aiuto", ma come parte integrante dello sviluppo globale umano. Concetti che si incardinano nella scelta delle tematiche, dei testimonial, delle immagini video e fotografiche e delle storie da raccontare.

3. RIFERIMENTI NORMATIVI E DOCUMENTALI

Per quanto non descritto al seguente Capitolo si rimanda allo Statuto e al Codice Etico del COP, che sottendono a tutte le azioni e strumenti di comunicazione.

Inoltre, in merito ai progetti approvati dai finanziatori si fa riferimento alle linee guida della comunicazione di tali erogatori come nel caso, ad esempio, dell'Unione Europea e dell'AICS – Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, ecc.

In generale, per qualunque azione di comunicazione il COP fa riferimento ai Codici di Autodisciplina della Comunicazione ed a seconda del tipo di strumento come nel caso, ad esempio, delle campagne pubblicitarie, si rimanda al **Codice di Autodisciplina della Comunicazione dell'Istituto dell'Autodisciplina della Pubblicità (IAP)** - lettera 'd', Norme Preliminari e Generali. Così come per la comunicazione con i media, si tengono conto i principali Codici deontologici quali, ad esempio, il **Protocollo deontologico per una informazione corretta sui temi dell'immigrazione**, siglato dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (CNOG) e dalla Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) nel giugno del 2008, la **Carta di Roma - Protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti**, e **La Carta di Treviso**, il Protocollo firmato il 5 ottobre 1990 da Ordine dei giornalisti, Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI) e Telefono Azzurro che disciplina i rapporti tra informazione e infanzia.

In merito all'utilizzo del materiale fotografico e video che sia di proprietà COP o dei suoi Soci, qualora questo sia stato consegnato all'organizzazione, oppure sia esterno, ma non soggetto a copyright, vale il principio di non utilizzo in nessun caso di immagini e comunicazioni che possano ledere la dignità delle persone. Nel caso in cui tale materiale sia stato realizzato da professionisti, il COP si impegna, quando tali immagini siano utilizzate, a riportare sui materiali i Credits di chi le ha realizzate.

Nell'evenienza che le attività di comunicazione siano affidate a terzi, saranno stipulati accordi che impediscano la distorsione della comunicazione del COP e dei suoi Soci.

In tutti i materiali prodotti dal COP non vi è l'utilizzo di terminologie discriminanti, linguaggio aggressivo, mentre si adottano messaggi positivi ed includenti.

In merito alla protezione dei dati personali, gestiti ai sensi del Regolamento Europeo 2016/679, con il versamento di eventuali donazioni si presuppone conferito il consenso al trattamento dei dati, che saranno processati con strumenti idonei a garantire la sicurezza e la riservatezza, con finalità esclusivamente amministrative conseguenti il versamento di contributi e per l'invio di pubblicazioni periodiche e per la promozione di iniziative e attività inerenti al COP ed ai suoi Soci.

Si offre a tutti gli utenti interessati l'opportunità di iscriversi alla mailing list attraverso il sito, i social e la compilazione di appositi formulari durante gli eventi e di modificare le proprie preferenze sul tipo di comunicazione sia online sia facendone richiesta scritta o telefonica.

Titolare del trattamento dei dati è il/la Presidente del COP.

Il rilascio dei dati è facoltativo ed è possibile richiederne la cancellazione in qualsiasi momento. Si dà un'adeguata informazione e visibilità di queste informazioni sul sito del COP e attraverso ogni comunicazione relativa a raccolta dati effettuata durante incontri ed eventi di vario tipo e natura.

4. CAMPO E MODALITÀ DI APPLICAZIONE

Come premessa del presente Capitolo si precisa che tutte le comunicazioni rivolte al Settore Comunicazione devono essere inviate agli indirizzi di posta elettronica istituzionali e non a quelli personali. Ciò permette di avere un unico canale di comunicazione più ordinato, organizzato e condiviso con tutti gli addetti coinvolti.

È importante mantenere un canale di comunicazione diretto ed efficace con il Settore Comunicazione COP per tutte quelle iniziative ed attività che prevedano un flusso comunicativo che coinvolga anche i Soci dell'organizzazione.

È opportuno prevedere nel budget delle attività e dei progetti proposti ai diversi enti erogatori una voce di spesa destinata alla comunicazione, in modo che si possano realizzare degli strumenti che diano maggiore visibilità a tali iniziative e progetti e che, nel caso ve ne sia l'opportunità, prevedano anche l'organizzazione di missioni di giornalisti di testate italiane, di produrre materiali e di organizzare eventi.

Per quanto riguarda l'utilizzo del Logo del COP si rimanda alle linee guida di identità visiva, e il suo uso deve essere concordato con la Sede centrale dell'organizzazione.

Tra gli strumenti di comunicazione realizzati e/o da realizzare sono da considerare: il sito, i social, le newsletter telematiche periodiche, l'ufficio stampa, i mailing ai donatori per alcune Campagne messe in campo con alcuni Soci per la raccolta fondi, i folder istituzionali e il materiale informativo e promozionale relativo alle campagne e ad alcune iniziative condivise con i Soci del COP.

In alcuni casi le competenze per la realizzazione di alcune attività e strumenti di comunicazione, là ove questo è previsto dal budget di progetto, possono essere esternalizzate, in accordo con la "Procedura acquisti di beni e servizi".

In generale le testimonianze, le immagini fotografiche ed i video COP possono essere effettuati dal personale in Italia e in loco, oppure sono concessi dai responsabili dei Soci COP. Nel caso vi sia una copertura economica prevista dal progetto stesso, la realizzazione del materiale video e/o fotografico è affidata a professionisti esterni. Per la comunicazione delle attività previste dai diversi progetti si rimanda, di volta in volta, alle linee guida proprie di visibilità descritte da tali documenti.

Le fotografie ed i video sono strumenti molto utili per presentare con immediatezza i risultati degli interventi, programmi, progetti ed attività legate alle iniziative e agli eventi del COP e dei suoi Soci. In linea di massima tali immagini fotografiche e video sono, soprattutto, delle testimonianze dirette dei beneficiari degli interventi realizzati dal COP e dai suoi Soci; nel caso siano interviste agli addetti ai lavori, queste dovranno essere brevi e relative all'esperienza dell'operatore o delle attività dell'Organismo.

Si procederà laddove necessario all'archiviazione di immagini fotografiche e video realizzati dal COP, dai suoi soci o da professionisti che si sono recati a visitare i progetti, gli interventi e i programmi in essere in tante parti del mondo. Ciò consentirà di realizzare materiali e strumenti di comunicazione in grado di aumentare la visibilità del COP e dei suoi Soci e per dare risalto ed attenzione ad eventi e iniziative realizzate.

In linea di massima il COP avrà il diritto di utilizzare o riprodurre le immagini fotografiche e video inviate o condivise dai propri operatori e Soci senza il pagamento di royalties. In caso contrario le fotografie ed i video potranno essere utilizzati dietro rilascio di un'apposita liberatoria sottoscritta dal professionista autore di tali immagini o citando i credits.

Là ove questo sia possibile ed in generale, i soggetti ritratti nelle fotografie e dai video firmeranno la liberatoria per l'uso di tali immagini, mentre per i minori saranno sottoscritti tali documenti dai genitori o da chi ne fa le veci.

Il sito web e i social media sono gestiti dal/dalla Responsabile Comunicazione e sono soggetti all'approvazione della Presidenza. Questi sono tra gli strumenti di comunicazione più diffusi e di maggior impatto. Il COP ha un proprio sito www.ongpiemonte.it e una pagina dedicata sui maggiori social media, che presentano e rilanciano con immediatezza e trasparenza le attività, le iniziative, i progetti, i programmi, gli interventi, le campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi, ecc. del COP e le principali iniziative dei suoi Soci.

Sull'Home Page del sito, il cui aggiornamento dei contenuti è responsabilità del/della Responsabile Comunicazione o di chi ne fa le veci, sono riportate: le notizie di eventi legati alle attività COP e di quelli realizzati in collaborazione con i Soci, i partner e le Istituzioni nazionali e locali, le campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi, i Bandi, i comunicati stampa, ecc.

Inoltre, particolare cura è data alla trasparenza, assicurando l'accessibilità alle informazioni che riguardano il COP e soprattutto per quanto concerne il Bilancio e i fondi raccolti per le diverse campagne e/o dagli enti erogatori dei finanziamenti, ecc.

In generale, si sconsiglia di realizzare dei siti dedicati esclusivamente ad un singolo progetto o ad una specifica iniziativa, salvo casi particolari se richiesto dagli erogatori dei finanziamenti o dai partner, in tal caso la decisione e la strategia va condivisa con la Presidenza ed il Settore Comunicazione.

La strategia di visibilità e di comunicazione COP mette particolare attenzione su un utilizzo più moderno, efficace e di impatto dei social media e della comunicazione non scritta rispetto all'esterno.

Pertanto, il COP ha propri profili dedicati sui seguenti social network:

Facebook: <https://www.facebook.com/consorzioongpiemontesi>

Twitter: <https://twitter.com/ONGpiemonte>

Instagram: <https://www.instagram.com/ongpiemonte>

YouTube: <https://www.youtube.com/@COPongpiemonte>

LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/18242840/admin>

In alcuni casi sono stati creati dei siti e delle pagine social ad hoc, che vengono gestiti in generale dal/dalla Responsabile Comunicazione in comune accordo con i Responsabili delle rispettive iniziative.

Analogamente a quanto previsto per il sito COP e per i siti particolari - vedi quanto sopra descritto - ogni profilo del COP sui social media va aggiornato secondo un piano di comunicazione di massima. D'altro canto, i social media, nonostante la loro informalità e la loro vulnerabilità agli attacchi informatici, sono una fonte di informazioni e notizie per gli utenti ed i stakeholders, che ne attribuiscono grande valore e credibilità.

È assolutamente necessario che vi sia uno stretto, costante e attento controllo alle credenziali di accesso ai profili COP ed a quelli ad hoc, riportati nel presente Capitolo. Pertanto, per una corretta gestione delle credenziali di accesso ai profili COP è importante che la password di accesso, conosciuta e conservata dal/dalla Responsabile Comunicazione e da un/una componente della Presidenza sia:

- complessa (sufficiente numero di caratteri, inserimento di lettere maiuscole e minuscole e numeri);
- unica (non utilizzata su altri account di altro genere, tantomeno a quelli di accesso alle informazioni dell'Amministrazione);
- cambiata regolarmente;
- non riconducibile ai dati personali dei diversi responsabili come, ad esempio, la data di nascita, nome dei figli, animale preferito, ecc.

Per il sito COP, i social e le comunicazioni media si presta una particolare attenzione, massima cura ed accortezza:

- nel proporre le considerazioni, valutando di volta in volta le sensibilità politiche, culturali, etniche e religiose delle comunità dove il COP e i suoi Soci sono presenti e non solo;
- alle disposizioni sui diritti di proprietà intellettuale che in nessun caso possono essere violate;
- nel non rivelare informazioni, alle quali va data una diffusione limitata;
- ad evitare categoricamente qualsivoglia considerazione che possa essere considerata lesiva della privacy.

Nel caso di possibili ed eventuali errori questi devono essere rettificati, correggendo o eliminando tempestivamente il messaggio dal momento della sua percezione dell'errore e comunicando le scuse del COP a chi ha subito eventuali danni dall'errore.

Nel caso sia richiesto per legge, verrà redatto il Bilancio Sociale secondo le linee guida definite dal Decreto Legislativo 117 del 2017. La sua redazione sarà frutto del lavoro di uno stretto gruppo di persone dello staff e della Presidenza coordinate dal Settore Comunicazione COP.

Tale gruppo si impegna nel raccogliere i dati e informazioni che facciano emergere i risultati sociali, ambientali ed economici delle diverse attività oltre alla ricchezza dell'essere una organizzazione di secondo livello.

Nel corso e a chiusura della redazione del Bilancio Consuntivo, anche il Consiglio Direttivo invia le informazioni economico-finanziarie necessarie alla redazione del Bilancio Sociale, che viene presentato durante l'Assemblea dei Soci nella prima metà dell'anno in corso.

Entro il 30 giugno di ogni anno, il Bilancio Sociale è depositato presso il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore. Inoltre, il Bilancio Sociale è pubblicato sul sito COP, così come previsto dal Decreto Legislativo, che prevede l'obbligo per gli enti del Terzo settore con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque denominate superiori a un milione di Euro.

Il Settore Comunicazione svolge un ruolo strategico per la visibilità del COP e dei suoi Soci in quanto stringe, coinvolge e fidelizza i rapporti con media italiani locali e nazionali, e quando occorre con quelli internazionali.

Il responsabile viene coinvolto fin dall'inizio a tutte quelle iniziative, attività, campagne di sensibilizzazione e di raccolta fondi, ecc. soprattutto nel momento nel quale si prendono i contatti con gli altri soggetti partner, in modo che si possano individuare i possibili contenuti della comunicazione di qualunque iniziativa, evento, ecc. ed individuare le possibili azioni - ad esempio conferenza stampa, comunicati, materiale di approfondimento, press tour, ecc. - da mettere in atto per dare maggiore visibilità a quanto si sta progettando e/o realizzando.

In tutti i contenuti, sempre approvati dalla Presidenza COP, è utilizzato, così come nel caso di altri strumenti di comunicazione, un linguaggio chiaro e sintetico, evitando il più possibile termini tecnici, acronimi e parole in lingua inglese, là ove si possano utilizzare quelle in lingua italiana. Ciò per agevolare sia i giornalisti, che si rivolgono ai lettori italiani spesso non consueti nell'utilizzare i termini specifici legati al settore, ma anche a chiunque abbia modo di leggere i documenti che presentano il COP e le sue diverse attività oltre che i suoi Soci. Nel caso vi sia la richiesta di interviste, il Responsabile farà in modo che si ponga attenzione all'appartenenza al COP.

Inoltre, lo stesso può organizzare - di concerto e con l'approvazione della Presidenza, missioni per/con i giornalisti, alle quali partecipano i redattori dei media italiani e, in alcuni casi, i corrispondenti delle testate straniere. Durante queste missioni vengono presentati, da parte dei responsabili Paese sia del COP che dei suoi Soci, gli interventi, i progetti ed i programmi realizzati e/o in fase di realizzazione. Inoltre, in tali occasioni si offre anche l'opportunità di approfondire e conoscere meglio la situazione dei Paesi nei quali vi sono i progetti visitati, incontrando ed intervistando esponenti delle istituzioni, delle religioni, della società civile, ecc.

Per quanto concerne l'identità visiva, elemento importante per una comunicazione efficace e per la riconoscibilità all'esterno del COP, si rimanda all'identità visiva COP.

Nel caso si scelga di promuovere le iniziative con l'utilizzo di gadget promozionali, qualora il budget lo prevedesse, deve rifarsi alle indicazioni del Manuale di identità visiva COP e, nel caso sia indicato dal progetto, riportare, in generale, il nome dell'iniziativa o progetto che si intende valorizzare.

Infine, ed in linea di massima a seconda le necessità o agli obblighi nei confronti dei finanziatori, per quanto riguarda le attività, le iniziative, le campagne, ecc. ed i Social Media e le Media Relations saranno elaborati dei report specifici che mettano in evidenza i risultati conseguiti, in modo che si possa darne una valutazione dell'efficacia di quanto realizzato. Tali documenti saranno, di volta in volta consegnati dal Responsabile del Settore Comunicazione alla Presidenza e al Project Manager.

5. RESPONSABILITÀ

Al termine del processo di implementazione delle attività di comunicazione, l'equipe che ha lavorato su queste procederà ad una verifica dell'applicazione della presente procedura. Laddove emergessero difficoltà nell'applicazione della procedura, queste saranno segnalate al Consiglio Direttivo per un'eventuale modifica.