



**Campione: 34** attori della solidarietà internazionale  
**Periodo di analisi:**  
 1° aprile - 30 giugno 2013

# Studio sulla comunicazione

## Piemonte



Utilizza un ufficio stampa?



Sì	<b>44%</b> (14)
No	<b>56%</b> (18)

### Il Personale incaricato della comunicazione

ha una **formazione da giornalista?**



Sì	<b>22%</b> (7)	No	<b>48%</b> (25)
----	----------------	----	-----------------

è **retribuito** o volontario?



RETRIBUITO	<b>37%</b> (12)
VOLONTARIO	<b>41%</b> (13)
ENTRAMBI	<b>22%</b> (7)

### Quante

persone lavorano nella comunicazione?



1	<b>34%</b> (11)
2-3	<b>56%</b> (18)
4-5	<b>3%</b> (1)
Più di 5	<b>6%</b> (2)

Ha una **formazione** specifica sui temi della **cooperazione?**



Sì	<b>31%</b> (10)	No	<b>69%</b> (22)
----	-----------------	----	-----------------

### Budget

per la comunicazione?

Sì	<b>31%</b> (10)
NO	<b>69%</b> (22)

### Mezzi

**SITO WEB**  
**91%** (29)

**PREPARAZIONE DI EVENTI O CONFERENZE**  
**78%** (25)

**EVENTI ORGANIZZATI SUL TERRITORIO**  
**72%** (23)

**SOCIAL NETWORK**  
**72%** (23)

**ATTIVITA' DI SENSIBILIZZAZIONE NELLE SCUOLE**  
**66%** (21)

**COMUNICATI STAMPA AI MEDIA LOCALI E NAZIONALI**  
**59%** (19)

**NEWSLETTER**  
**59%** (19)

**ALTRE OPZIONI**  
**12%** (4)

### Media privilegiati



<b>GIORNALI</b> solo locali	<b>12</b>
<b>TV</b> solo locali	<b>8</b>
<b>RADIO</b> solo locali	<b>7</b>

<b>GIORNALI</b> locali/nazionali	<b>7</b>
<b>TV</b> locali/nazionali	<b>4</b>
<b>RADIO</b> locali/nazionali	<b>4</b>

<b>INSERTI LOCALI</b> di <b>GIORNALI</b> nazionali	<b>2</b>
--	----------



<b>GIORNALI</b> online	<b>4</b>
<b>RADIO</b> online	<b>1</b>

<b>INTERNET</b>	<b>5</b>
<b>BLOG</b>	<b>2</b>
<b>SOCIAL NETWORK</b>	<b>1</b>

**RIVISTE** specializzate  
**2**

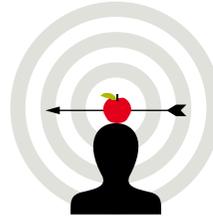
**RIVISTE** locali/nazionali  
**1**

**RIVISTE** femminili  
**1**

**AGENZIE** di stampa  
**1**

### Messaggi

Le ONG per cosa comunicano all'esterno?



SENSIBILIZZARE/ INFORMARE	29
COMUNICARE LE ATTIVITA' DELLE ONG	20
FUNDRAISING	5
RENDERE CONTO DEGLI IMPEGNI PRESI	5
TROVARE VOLONTARI	4
COMUNICARE I RISULTATI OTTENUTI	3
PROMUOVERE IL CAMBIAMENTO	1
FACILITARE LE ATTIVITA' DEI MEDIA	1



**Campione:**  
10 media locali  
**Periodo di analisi:**  
1° aprile - 30 giugno 2013  
**Numero di articoli usciti:**  
237

# Studio sui media

Piemonte



**Numero**  
di articoli in TOTALE **237**



## Rubriche

sui giornali



CRONACA LOCALE	<b>61%</b>
CULTURA E SPETTACOLO	<b>13%</b>
ATTUALITÀ	<b>3%</b>
CALENDARIO	<b>3%</b>
ESTERI	<b>3%</b>
SPORT	<b>3%</b>
ECONOMIA	<b>1%</b>
ALTRE RUBRICHE	<b>15%</b>

## Dimensione

degli articoli



PICCOLA	<b>35%</b>	una colonna • meno di 250 parole
MEDIA	<b>33%</b>	due o tre colonne • meno di 550 parole
GRANDE	<b>31%</b>	quattro colonne o più

## Temi ricorrenti



COOPERAZIONE INTERNAZIONALE	<b>42%</b>
LAVORO DELLE ONG	<b>31%</b>
PROGETTI DI SVILUPPO	<b>20%</b>
ECONOMIA LOCALE	<b>3%</b>
EMERGENZA UMANITARIA	<b>3%</b>
ALTRO	<b>2%</b>

## Paesi

citati negli articoli



<b>AFRICA</b>	<b>25</b>	SENEGAL	<b>2</b>
MALI	<b>16</b>	SUDAN	<b>2</b>
KENYA	<b>7</b>	AFGHANISTAN	<b>1</b>
BURKINA FASO	<b>6</b>	ALBANIA	<b>1</b>
BRASILE	<b>5</b>	<b>ASIA</b>	<b>1</b>
INDIA	<b>5</b>	BURUNDI	<b>1</b>
ETIOPIA	<b>4</b>	CONGO	<b>1</b>
NEPAL	<b>4</b>	ECUADOR	<b>1</b>
TANZANIA	<b>4</b>	EX JUGOSLAVIA	<b>1</b>
BIELORUSSIA	<b>3</b>	GUATEMALA	<b>1</b>
MAROCCO	<b>3</b>	HAITI	<b>1</b>
NIGERIA	<b>3</b>	ISRAELE	<b>1</b>
SOMALIA	<b>3</b>	MESSICO	<b>1</b>
BALCANI	<b>2</b>	MOLDAVIA	<b>1</b>
EGITTO	<b>2</b>	NIGERIA	<b>1</b>
MAURITANIA	<b>2</b>	UGANDA	<b>1</b>
PERU'	<b>2</b>	<b>TOTAL</b>	<b>114</b>

## Articoli usciti in occasione di



EVENTI SUL TERRITORIO REGIONALE	<b>73%</b>
NOTIZIE	<b>14%</b>
ALTRO	<b>12%</b>

## Fonti dirette

(testimonianze dirette presentate in virgolettato)



OPERATORI DELLE ONG	<b>43</b>
RAPPRESENTANTI DELLE ISTITUZIONI	<b>1</b>
ALTRI (ES. ARTISTI)	<b>9</b>
<b>TOTALE</b>	<b>53</b>

## Testimonianze

di persone del Sud del mondo



## Frequenza di parole chiave

UMANITARIO	<b>50%</b>
COOPERAZIONE INTERNAZIONALE	<b>21%</b>
COOPERAZIONE E SVILUPPO	<b>15%</b>
ONG	<b>15%</b>
INTERNAZIONALIZZAZIONE	<b>0%</b>