

A large, stylized white dove is the central focus, facing left. It is composed of thick, curved lines. The background is a dark blue with several colorful, diagonal brushstrokes in shades of orange, yellow, green, red, and pink. The text is centered in the middle of the page.

# LINEE GUIDA COMUNICAZIONE



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO

## INDICE

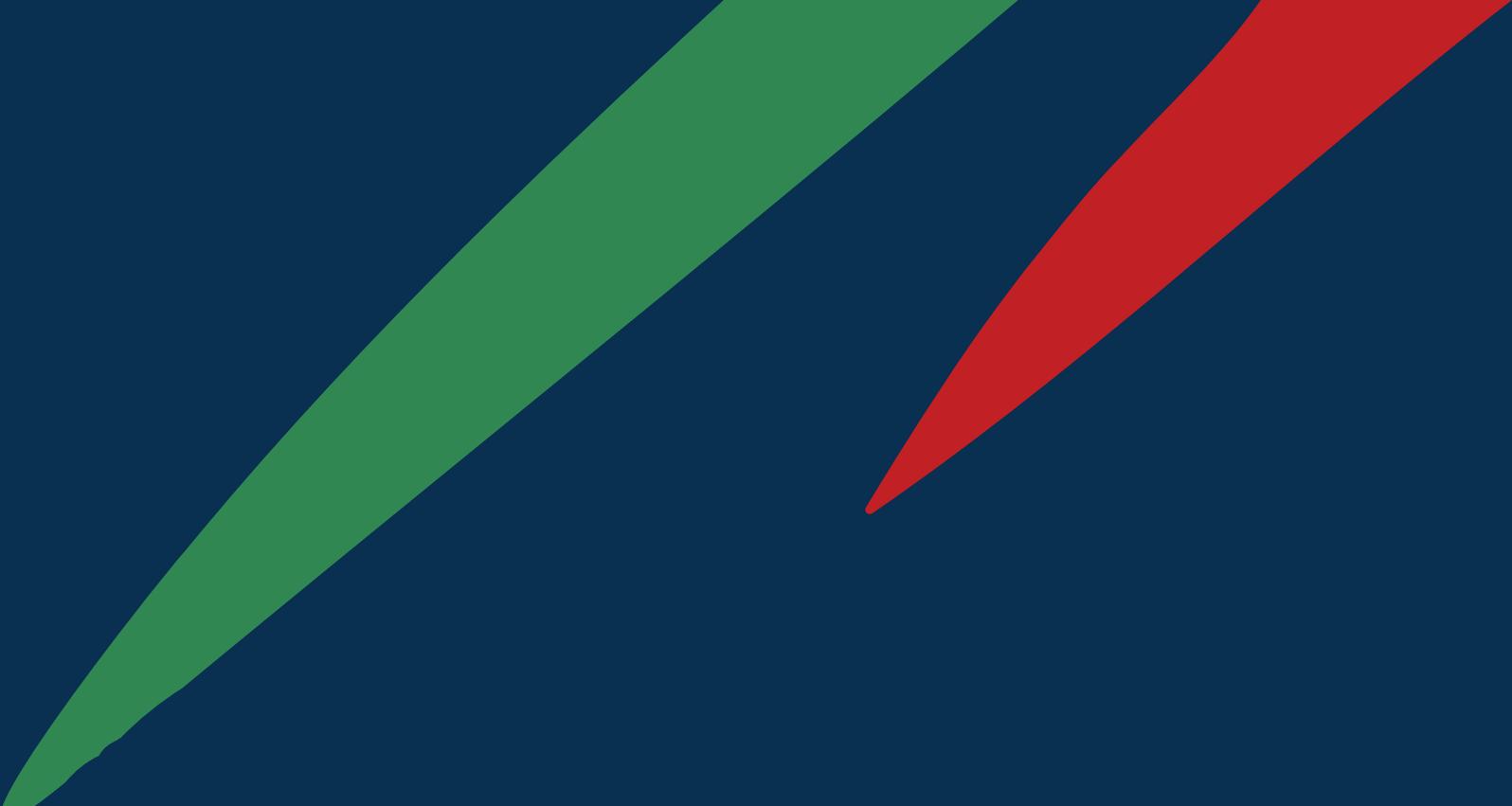
Introduzione .....	3
1. Obiettivi strategici della comunicazione AICS .....	4
2. Indirizzi generali sui contenuti e sull'utilizzo del logo AICS .....	7
3. Risorse umane .....	14
4. Piani di comunicazione .....	17
5. Annual Report delle Sedi estere .....	23
6. Rapporti con la stampa.....	25
7. Indirizzi operativi generali per il digital AICS .....	29
8. Rapporto con i fornitori e gestione degli affidamenti .....	37
9. Norme disciplinari .....	39
10. Liberatoria, privacy e disclaimer .....	41

# INTRODUZIONE

Le seguenti Linee Guida Comunicazione si rivolgono agli uffici dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) in Italia e all'estero. Hanno lo scopo di fornire alcune indicazioni essenziali per ideare, produrre e pianificare in modo coordinato e organico i materiali di comunicazione necessari a documentare e valorizzare in modo efficace il lavoro dell'Agenzia.

Produrre una comunicazione di qualità, coerente nel tempo e nelle molteplici aree geografiche d'intervento, è essenziale per rafforzare il posizionamento istituzionale sui media e la reputazione dell'Agenzia presso le controparti governative e l'opinione pubblica italiana e internazionale.

Il presente manuale è uno strumento operativo per rendere l'immagine dell'Agenzia univoca e immediatamente riconoscibile. Le sue indicazioni sono funzionali sia alla comunicazione esterna, migliorando la qualità dei materiali prodotti e la promozione di identità e valori dell'Agenzia, sia a quella interna, rafforzando il senso di appartenenza dei suoi dipendenti e la collaborazione dei suoi fornitori.



1 OBIETTIVI  
STRATEGICI DELLA  
COMUNICAZIONE  
AICS



## **1.1 Obiettivi generali.**

L'attività di comunicazione non è facoltativa, né discrezionale. Non è una componente marginale del lavoro di cooperazione.

L'AICS investe in comunicazione per fornire una sua immagine chiara, forte e più facilmente identificabile, a controparti governative, comunità internazionale dei donatori, beneficiari nelle aree d'intervento e cittadini italiani ed europei, rispondendo così alle raccomandazioni espresse in materia dalle recenti Peer Review dell'OCSE.

Obiettivi generali sono tutelare e rafforzare la reputazione, l'impegno e la credibilità dell'AICS in Italia e nel mondo. Non è sufficiente pubblicare informazioni, ad esempio sui profili social, con un post o un comunicato. E' essenziale raggiungere l'opinione pubblica e i singoli target di comunicazione attraverso canali mediatici adeguati – TV, stampa, affissioni, radio, web, eventi, nuove tecnologie, solo per indicarne alcuni - e promuovere valori, strategie e risultati dell'impegno italiano di cooperazione allo sviluppo, in modo coerente nel tempo e secondo i migliori standard produttivi.

I risultati delle attività di comunicazione, la conoscenza, il consenso e il gradimento dell'opinione pubblica sul lavoro dell'Agenzia, devono essere monitorati e valutati periodicamente, attraverso l'utilizzo ove possibile di dati statistici terzi, resi disponibili dai grandi network digitali, quali Google, o acquisibili tramite Istituti Nazionali e Agenzie di statistica riconosciute.

## **1.2 Obiettivi specifici.**

La cooperazione internazionale allo sviluppo è parte integrante della politica estera italiana. L'AICS è l'Agenzia del Governo italiano per l'implementazione delle iniziative e la guida del sistema italiano di cooperazione allo sviluppo.

La sua identità pubblica, in Italia e nel mondo, è rappresentata dalla sua Sede centrale di Roma e dalle sue Sedi estere. L'Ufficio I della Sede centrale di Roma ha il compito d'indirizzo delle attività di comunicazione. Le altre Sedi promuovono conseguentemente nelle singole aree geografiche d'intervento impegno e valori dell'Agenzia. A tale scopo, da parte di tutti, è indispensabile la più ampia collaborazione e il regolare coordinamento in comunicazione.

Per la gestione complessiva delle attività di comunicazione, perciò, ogni Sede AICS deve dotarsi di una/un responsabile comunicazione qualificata/o. Vedi il seguente capitolo 3.

Le presenti Linee Guida Comunicazione dell'AICS, oltre a inserirsi nella strategia di comunicazione più generale dell'Agenzia, vogliono sostenere e affermare un cambio della narrativa sullo sviluppo e sull'approccio italiano alla cooperazione internazionale.

Primo scopo specifico è l'identificazione di un format narrativo comune a tutte le Sedi dell'AICS, per poi individuare i canali di comunicazione più efficaci, in Italia e nelle aree geografiche d'intervento, capaci di assicurare la migliore conoscenza possibile delle attività, la più ampia diffusione dei valori dell'Agenzia e il consenso dell'opinione pubblica sul suo impegno di cooperazione nel mondo.

Pertanto, alle attività di comunicazione è indispensabile:

1. Stabilire sempre e con chiarezza i target e gli obiettivi di comunicazione: a chi stiamo parlando e perché.
2. Definire piani di comunicazione triennali o quinquennali, coordinati con le strategie di cooperazione a livello centrale e nelle singole aree prioritarie d'intervento.
3. Curare attentamente i linguaggi e la produzione di contenuti, secondo i migliori standard produttivi.
4. Rendere omogenea, chiara e riconoscibile nel tempo la comunicazione dell'AICS e delle sue Sedi estere.
5. Utilizzare forme moderne di comunicazione, in linea con l'innovazione tecnologica.
6. Veicolare il messaggio che l'AICS è, per legge, Agenzia di implementazione delle attività di tutto il Sistema italiano di cooperazione per il settore pubblico e interlocutore principale per il settore privato.
7. Evitare la produzione di una comunicazione convenzionale, abbandonando narrazioni terzomondiste o paternaliste e prediligendo un approccio di co-sviluppo globale, meno focalizzato sul concetto di aiuto e più attento alla creazione nel mondo di condizioni e opportunità per uno sviluppo libero. Questo concetto è importante nella scelta dei temi, delle immagini, dei testimonial e delle storie da raccontare.

# 2

INDIRIZZI GENERALI  
SUI CONTENUTI E  
SULL'UTILIZZO DEL  
LOGO AICS



## 2.1 Indirizzi narrativi fondamentali.

Poiché l'attività di comunicazione non è facoltativa né discrezionale, i contenuti dei messaggi dovranno essere comuni e coerenti con gli indirizzi della Sede centrale, come di seguito specificato.

- A) Senso di appartenenza all'istituzione centrale AICS/ITALIA.
- B) Natura governativa dell'azione e rafforzamento del ruolo di donator, distinguendosi così dalle organizzazioni della società civile e dalle agenzie delle Nazioni Unite, per chiarire pienamente il ruolo dell'AICS quale strumento della presenza internazionale dell'Italia, parte di una strategia politica e programmatica messa in atto attraverso le attività di cooperazione finanziate e co-finanziate dall'Italia.
- C) Caratterizzazione delle attività come partnership per lo sviluppo, per la crescita economica e la promozione sociale, in linea con il pay-off "Creatori di sviluppo" del video istituzionale AICS.
- D) Particolare attenzione a non indulgere mai in accenti paternalisti o pietistici.
- E) Valorizzazione del tema della decolonizzazione.

Inoltre, il flusso informativo indirizzato al target italiano non deve essere secondario rispetto al target locale. A tal scopo, si invitano le Sedi estere a:

- seguire e rilanciare i contenuti pubblicati da sito, social e magazine Oltremare di AICS Roma,
- seguire, condividere e promuovere eventi e webinar organizzati da AICS Roma o da altri, ai quali AICS Roma partecipa su invito, soprattutto quando i relatori sono i vertici AICS,
- condividere con l'Ufficio I di AICS Roma ogni utile aggiornamento locale che possa interessare l'opinione pubblica italiana attraverso il web.

In via preferenziale e non esclusiva, si indicano alcuni hastag/pay off che possono essere utilizzati nell'ambito di attività di comunicazione delle Sedi estere.

- #CreatoriDiSviluppo
- #PersonePerLePersone
- #MadeWithItaly

## 2.2 Regole sull'utilizzo del Logo Aics.

### 2.2.1 Il Logo.

Il logo AICS è disponibile in formato orizzontale e verticale. E' composto da tre elementi. Il primo, un'icona stilizzata che rappresenta insieme una colomba della pace e una mano aperta, simbolo di dialogo e cooperazione. Il secondo, tre bande sottili in colori rosso, bianco e verde. Il terzo, le parole Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo.

Il logo AICS è disponibile in lingua italiana, inglese, francese, araba, spagnola e portoghese. Previa approvazione da parte dell'Ufficio I di Roma, sono utilizzabili logo in lingue locali, ove non risulti possibile comunicare efficacemente con il logo nelle lingue principali.

Il logo va utilizzato sempre in vettoriale nelle sue estensioni .eps, in particolar modo per la stampa, le affissioni, maxischermi e così via, e .png, in particolar modo per il web e i materiali di comunicazione di più piccola dimensione. Da evitare l'utilizzo del logo nella sua estensione .jpg.

Inoltre, si chiarisce che in tutte le attività di comunicazione delle Sedi AICS, è obbligatorio utilizzare esclusivamente o il logo in formato orizzontale o il logo in formato verticale inviati alle Sedi dall'Ufficio I nelle estensioni sopra indicate.

Le Sedi estere potranno scegliere liberamente la lingua del logo, in base al linguaggio utilizzato localmente per i materiali di comunicazione. Tale indicazione è sempre valida, sia per le attività di comunicazione delle Sedi, sia per le attività di comunicazione in partnership con controparti governative, enti esecutori e così via.

Scopo della comunicazione nei Paesi d'intervento è sempre quello di evidenziare il contributo dell'Italia attraverso la visibilità del logo dell'Agenzia, che a tal fine reca la bandiera italiana e il riferimento diretto all'Italia nel nome. In via facoltativa, in particolar modo nelle attività di comunicazione più importanti, al logo AICS si può aggiungere lo stemma della Repubblica Italiana.

Nei casi in cui le attività di comunicazione siano organizzate insieme a un'Ambasciata d'Italia ovvero si tratti di iniziative di emergenza o multi-bilaterali, i cui implementatori sono organizzazioni internazionali, occorrerà seguire le regole di visibilità definite normalmente nelle convenzioni specifiche. In ogni caso, per questi progetti e iniziative, se richiesto, viene utilizzato, accanto al logo istituzionale AICS, quello del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (MAECI).

Solo ed esclusivamente nel caso in cui fosse necessario apporre un solo logo per il MAECI e per AICS, accanto a quello dell'organizzazione internazionale implementatrice, la Sede centrale potrà concedere il logo generico "Cooperazione Italiana" su richiesta motivata inviata all'Ufficio I di Roma.

Tutto il materiale d'uso istituzionale dell'Agenzia e delle sue Sedi estere, quali targhe, carta intestata, biglietti da visita, opuscoli, presentazioni, pubblicazioni, deve riportare esclusivamente il logo AICS.

SVILUPPO ORIZZONTALE



positivo 1 colore



positivo scala di grigio



negativo 3 colori



negativo 1 colore



SVILUPPO VERTICALE



positivo 1 colore



positivo scala di grigio



negativo 3 colori



negativo 1 colore



COLORI



### **2.2.2 Indicazioni per l' utilizzo del logo AICS da parte di enti esecutori e partner.**

Nei materiali di comunicazione prodotti da tutti gli enti esecutori e i partner di iniziative finanziate o co-finanziate dall'AICS, siano essi controparti governative, agenzie delle Nazioni Unite, organismi internazionali, organizzazioni della società civile, imprese private, è obbligatorio inserire sempre il logo AICS. Tale indicazione deve essere presente in modo esplicito in tutti i contratti. L'Agenzia si riserva il diritto di non riconoscere le spese sostenute nell'ambito di progetti finanziati o co-finanziati dall'AICS per attività e materiali di comunicazione nei quali non sia presente in modo chiaro e paritario il logo AICS.

Valgono le specifiche indicazioni per progetti multilaterali e di emergenza di cui al paragrafo 2.2.1.

### **2.2.3 Scelta degli sfondi.**

Il logo deve essere inserito e/o stampato preferibilmente su sfondo bianco. Sfondi di altri colori sono ammissibili solo se consentono la chiara leggibilità del logo AICS.

### **2.2.4 Divieto di alterazioni e modifiche.**

Il logo AICS dovrà essere utilizzato nella sua interezza, senza alterazioni o modifiche. In particolare, è fatto divieto di:

- separare la parte testuale dall'icona,
- distorcere il logo,
- cambiare i colori istituzionali del logo,
- cambiare il font del logo,
- alterare le proporzioni del logo e dei suoi elementi grafici,
- modificare il testo e gli elementi grafici all'interno dell'area del logo,
- mostrare solo una parte del logo, coprendolo con altri elementi.

In conclusione, bisogna utilizzare sempre il logo AICS: A) così come inviato dall'Ufficio I di Roma in una delle sue versioni orizzontale o verticale, B) in una delle sue estensioni .eps o .png come più sopra indicato, C) nella lingua italiana o, a seconda dei materiali di comunicazione, nella lingua prevalente utilizzata nel contesto geografico.



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO



AGENZIA ITALIANA  
PER LA COOPERAZIONE  
ALLO SVILUPPO

## 2.3 Elementi grafici.

La Sede AICS di Roma ha prodotto e utilizza elementi grafici per i materiali di comunicazione da stampare e per il sito web. Tali elementi possono essere utilizzati in via preferenziale e non obbligatoria anche dalle Sedi estere per i propri materiali stampati, purché non lesivi dei diritti d'autore delle immagini scelte, il cui rispetto deve essere curato con la massima attenzione. Vedi la reference. Le Sedi possono fare richiesta di tali elementi grafici all'email [comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it).

A fronte di quanto sopra, si chiarisce che per la produzione di materiali di comunicazione le indicazioni essenziali a cui attenersi strettamente sono: A) gli indirizzi narrativi fondamentali di cui al paragrafo 2.1, B) l'utilizzo obbligatorio del logo AICS in tutti i materiali e le attività di comunicazione come indicato al paragrafo 2.2 e successivi.



# 3

RISORSE  
UMANE



### 3.1 Responsabili comunicazione.

L'industria della comunicazione attuale è eterogenea e composta da molteplici aree professionali, tutte molto specialistiche: dall'ideazione dei contenuti alla produzione, dalla post-produzione audiovisiva alla pianificazione dei materiali sui media, dalla raccolta dei dati al monitoraggio statistico dell'opinione pubblica.

In termini generali, i Responsabili comunicazione dell'AICS devono essere esperti qualificati, conoscere il mercato e saper gestire la filiera produttiva. Devono avere buone qualità relazionali, in particolar modo istituzionali, per ben coordinarsi con controparti governative, partner di cooperazione e, più in generale, tutto il Sistema Italia, con particolare riferimento alla collaborazione con le Ambasciate d'Italia nei Paesi di competenza.

Più in particolare, per la qualità gestionale della comunicazione, la coerenza nei contenuti pianificati sui media e la continuità dell'azione, ogni Sede estera dell'AICS deve dotarsi di una/un Responsabile Comunicazione, individuata/o insieme all'Ufficio I di Roma dopo apposita selezione pubblica.

I Requisiti essenziali da inserire nel bando di tutte le Sedi sono indicativamente i seguenti.

- 1) Madrelingua italiana o conoscenza della lingua italiana a livello C2 (Quadro Comune Europeo di Riferimento per la conoscenza delle lingue - QCER).
- 2) Titolo di studio e/o formazione professionale adeguata. Solo a titolo esemplificativo e non esaustivo: Scienze della comunicazione, Scienze politiche, Lettere, Filosofia, Architettura, Informatica, Design, Marketing.
- 3) Conoscenza a livello C1 (QCER) di almeno una lingua straniera parlata e scritta.
- 4) Esperienza di due anni nel mercato della comunicazione pubblica o privata.
- 5) Esperienza di almeno un anno, anche non continuativo, in programmi di cooperazione internazionale all'estero.
- 6) Conoscenza dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo come Istituzione del Governo italiano e delle sue Linee Guida Comunicazione.
- 7) Conoscenza della filiera produttiva dell'industria della comunicazione: Agenzie creative, Case di produzione e di post-produzione, Media, Agenzie e Istituti di statistica.
- 8) Conoscenza dei principali software di produzione e post-produzione della comunicazione contemporanea: Adobe, Wordpress, Office.

- 9) Conoscenza di carattere generale della procedura utilizzata dall'AICS per l'affidamento dei servizi a fornitori sul mercato, con particolare riferimento alle PRAG dell'Unione Europea.

I Requisiti preferenziali dei candidati saranno stabiliti dalle Sedi in base ai contesti e ai programmi regionali di cooperazione.

L'autocertificazione del candidato dovrà essere completa e contenere le voci relative ai requisiti essenziali previsti nel bando per l'ammissione alla selezione.

Salvo casi particolari, la durata del contratto non può essere inferiore a 12 mesi, con un periodo di prova di 3 mesi, fatta salva ogni eventuale applicazione delle norme di diritto del lavoro, localmente vigenti.

La Commissione di valutazione dovrà prevedere sempre il coinvolgimento dell'Ufficio I di Roma. In caso di sua personale indisponibilità, il Capo Ufficio I indicherà un suo sostituto.

La/il Responsabile comunicazione selezionata/o dovrà coordinarsi con l'Ufficio I di Roma e con il Rappresentante dell'AICS all'estero, vale a dire il titolare di Sede, per la regolare e costante conduzione delle attività.

Infine, allo scadere del contratto, dovrà provvedere al puntuale passaggio di consegne al nuovo Responsabile comunicazione o, in assenza del nuovo Responsabile comunicazione, ad altro personale indicato dal Rappresentante dell'AICS, titolare di Sede estera, per assicurare la continuità dell'azione, solo in via esemplificativa: condivisione delle credenziali di accesso, archivio immagini, rete contatti stampa e fornitori di servizi.

In via preferenziale, le Sedi possono selezionare, quali assistenti dei Responsabili comunicazione, personale locale per la gestione efficiente e tempestiva del flusso di lavoro.



# 4 PIANI DI COMUNICAZIONE



## 4.1 Il piano di comunicazione e la sua gestione.

A partire dagli indirizzi narrativi fondamentali dell'AICS di cui al paragrafo 2.1 e in conformità con le presenti Linee Guida, la comunicazione di ogni Sede estera ha i compiti, da un lato, di promuovere l'identità e l'impegno di cooperazione dell'Italia nelle aree geografiche d'intervento, dall'altro lato, di valorizzare le partnership di cooperazione, contribuendo così, attraverso la comunicazione, alla sostenibilità dei processi di sviluppo intrapresi dai beneficiari sul territorio di fondi italiani.

Per questi scopi, ogni Sede deve dotarsi di un piano di comunicazione triennale o quinquennale, che sia direttamente collegato alla sua strategia di cooperazione e alla sua programmazione triennale o quinquennale.

In conformità con i criteri di tempestività, economicità, trasparenza ed efficacia dell'azione istituzionale, si suggerisce alle Sedi estere di predisporre un'iniziativa, con proprio AID, dedicata esclusivamente alla gestione della comunicazione, in cui prevedere il budget relativo alle attività incluse nel piano di comunicazione.

Per comunicazione deve intendersi la comunicazione esterna, la pubblicità in tutte le sue forme mediatiche e narrative, diretta a quattro target essenziali: 1) controparti governative, 2) comunità internazionale, 3) opinion maker, 4) opinione pubblica locale, italiana e internazionale.

L'amministrazione del piano di comunicazione della Sede attraverso un'iniziativa unica con un proprio AID non esclude che singole iniziative di cooperazione a gestione diretta possano includere nei loro budget fondi per pubblicazioni, conferenze o comunicazioni settoriali di carattere tecnico o scientifico legate al progetto, ad esempio infografiche, materiali 3D, digital e web, video o presentazioni.

Per quanto riguarda fondi e attività di comunicazione previsti da altre iniziative a gestione diretta si specifica: il referente è il responsabile comunicazione il quale, sentiti gli esperti settoriali, opera in coordinamento con l'Ufficio I di Roma, con la supervisione del Rappresentante Aics, titolare della Sede estera, e in collaborazione con il responsabile procurement della Sede per la parte concernente gli affidamenti.

Infine, in considerazione della trasversalità settoriale della comunicazione, si chiarisce quanto segue.

A) Il piano di comunicazione delle Sedi estere deve valorizzare il ruolo di guida del Sistema Italiano di cooperazione che l'AICS ha, identificando ragionevolmente i casi di successo e dando visibilità e coerenza al quadro generale di tutte le iniziative di cooperazione eseguite nelle singole aree geografiche con fondi del Governo italiano.

B) Sono escluse dall'iniziativa unica sopra menzionata o dai budget comunicazione correnti delle Sedi estere tutte le attività di comunicazione che fanno capo a progetti di cooperazione delegata da parte dell'Unione Europea o progetti eseguiti con fondi italiani da enti esecutori terzi, i quali dovranno coordinarsi sempre con i Responsabili comunicazione delle Sedi estere per la produzione dei propri materiali e delle proprie attività di comunicazione.

I piani di comunicazione e le eventuali iniziative dedicate, con proprio AID, devono essere comunicate preventivamente all'Ufficio I di Roma che le vaglia.

## 4.2. Indirizzi su iniziative di comunicazione e budget.

La comunicazione attuale richiede tempestività. L'identità istituzionale dell'AICS richiede trasparenza amministrativa. Per evitare le dispersioni di budget e il moltiplicarsi di procedure di selezione, si suggerisce di dotarsi di un'iniziativa che, da un lato, potrebbe sostenere i costi del personale, dall'altro lato, possa eventualmente affidare i servizi necessari per un'efficace comunicazione contemporanea, tramite gara pubblica unica, a un fornitore qualificato e riconosciuto.

Quale indirizzo generale, come capitoli essenziali del budget si possono indicare i seguenti.

- Costi di gestione. Tale capitolo deve comprendere anche la spesa prevista per Responsabile comunicazione e dell'eventuale personale locale.
- Ideazione dei contenuti. Tale capitolo deve comprendere tutti gli acquisti di diritti d'autore su testi, immagini e, più in generale, sui servizi di comunicazione richiesti.
- Produzione. Tale capitolo deve comprendere tutti i costi relativi alla produzione e post-produzione di tutti i materiali di comunicazione per tutti i media previsti dal piano di comunicazione.
- Pianificazione. Tale capitolo deve comprendere tutti i costi relativi all'acquisto di spazi di visibilità sui media, dalla TV alle affissioni, dalla stampa alla distribuzione di materiali di comunicazione diretta quali flyer, gadget, brochure.
- Raccolta delle baseline di comunicazione e monitoraggio statistico d'opinione. Tale capitolo deve comprendere i costi per l'acquisto di indagini statistiche.
- Media partnership. Tale capitolo deve comprendere le voci di spesa per l'organizzazione logistica di missioni stampa e conferenze stampa, eventuali costi di produzione di pubblicazioni, reportage o documentari. Si chiarisce che, nel rispetto della libertà e indipendenza della stampa, nessun giornalista può ricevere compensi economici.

Si raccomanda la massima precisione e completezza nella redazione delle voci e di attenersi strettamente al piano di comunicazione una volta approvato. Vedi i seguenti paragrafi per gli indirizzi generali sui piani di comunicazione.

Ove possibile, in un approccio di co-sviluppo anche nel settore della comunicazione, sono da incentivare partnership fra fornitori locali ed eccellenze settoriali italiane, europee e internazionali che sono riconosciute sul mercato per l'ideazione, la produzione e la pianificazione delle attività e dei materiali di comunicazione.

### 4.3 Obiettivi generali comuni.

Obiettivi generali, comuni a tutti i piani di comunicazione delle Sedi estere dell'AICS, sono quelli di tutelare e rafforzare la reputazione pubblica e la credibilità dell'AICS presso controparti governative, comunità internazionale, opinion maker, opinione pubblica.

### 4.4 Obiettivi specifici comuni.

Le priorità delle strategie italiane di cooperazione allo sviluppo cambiano in base alle aree geografiche e ai contesti geo-politici. Tenuto conto di ciò, sono due gli obiettivi specifici comuni che si possono identificare.

Primo obiettivo specifico: promuovere i valori e l'identità dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo.

Secondo obiettivo specifico: valorizzare i settori strategici dell'impegno italiano di cooperazione nelle aree geografiche di competenza, contribuendo attraverso la comunicazione alla creazione di processi di sviluppo sostenibili nel tempo e più liberi.

### 4.5 Attività di comunicazione.

Le attività di comunicazione delle singole Sedi estere, che derivano dai due obiettivi specifici comuni, menzionati al paragrafo 4.4, devono essere identificate dai Responsabili comunicazione, in coerenza con le programmazioni regionali e le iniziative strategiche di cooperazione.

Come indirizzo generale, le attività di comunicazione devono puntare a integrare sempre i media disponibili nelle aree geografiche di competenza: solo a titolo esemplificativo, TV, radio, stampa, affissioni, web, eventi, installazioni. Particolare cura va dedicata all'utilizzo di nuove forme di comunicazione offerte dall'innovazione tecnologica attuale.

Più in particolare, per il raggiungimento del primo obiettivo specifico, si indica la seguente attività.

Prima attività: produzione e pianificazione di almeno una campagna istituzionale annuale<sup>1</sup> sui grandi temi e valori identitari dell'AICS, con particolare riferimento alla strategia di cooperazione italiana per le aree geografiche di competenza. Tale campagna istituzionale annuale può essere collegata alla produzione e presentazione pubblica dell'Annual Report della Sede estera. Vedi anche il paragrafo 5.1.

---

<sup>1</sup> Per campagna di comunicazione deve intendersi la pianificazione pubblica su almeno un media nazionale di almeno un materiale di comunicazione – uno spot audiovisivo o sonoro, un annuncio stampa/ affissioni, un evento o più eventi anche in streaming, un'installazione pubblica e così via - per una durata minima di almeno 7 giorni.

Per il raggiungimento del secondo obiettivo specifico, s'indica la seguente attività.

Seconda attività: produzione e pianificazione di almeno una campagna settoriale annuale<sup>2</sup> per dare visibilità ad aree d'intervento e iniziative strategiche per l'impegno italiano di cooperazione allo sviluppo, solo a titolo esemplificativo e non esaustivo: energia, ambiente, protezione civile, agroalimentare, salute, cultura, migrazioni, diritti umani, empowerment femminile, pace, riconciliazione, decolonizzazione, diaspora e così via.

#### **4.6 Risultati e indagini statistiche.**

Per risultati devono intendersi sia le consegne finali delle attività di comunicazione, sia l'impatto sull'opinione pubblica rilevato tramite indagini statistiche.

In sintesi, come risultati attesi dai piani di comunicazione delle Sedi estere AICS si possono indicare, a titolo di esempio, i seguenti.

Primo risultato: una campagna istituzionale annuale, pianificata per almeno 7 giorni su almeno un media nazionale locale.

Secondo risultato: una campagna settoriale annuale, pianificata per almeno 7 giorni su almeno un media nazionale locale.

In linea con il contesto geo-politico locale e con le effettive possibilità di rilevare dati certi, le indagini statistiche devono raccogliere baseline nelle aree geografiche di competenza e monitorarle per almeno tre elementi: 1) conoscenza del logo AICS, in quanto rappresentativo dell'Agenzia del Governo italiano competente per la programmazione e l'attuazione all'estero delle iniziative di cooperazione allo sviluppo, 2) indice di gradimento delle campagne di comunicazione prodotte, 3) conoscenza e consenso sull'impegno italiano e sulle iniziative strategiche di cooperazione.

#### **4.7 Coordinamento con le Ambasciate d'Italia.**

In generale, in quanto parte integrante del Sistema Italia e della politica estera del Governo italiano, è sempre necessario operare in costruttivo rapporto di collaborazione con le Ambasciate, nel rispetto delle reciproche funzioni e dei distinti ruoli.

Le iniziative di comunicazione di rilevanza esterna devono essere semplicemente comunicate alle Ambasciate e, solo in casi di evidenti ragioni di opportunità politica, devono essere anche concordate con le stesse.

---

<sup>2</sup> Vedi nota a pagina 20.

In linea di principio, i Rappresentanti dell'AICS, titolari delle Sedi estere sono sempre legittimati a intervenire per gli aspetti tecnici e programmatici delle attività di cooperazione governativa, lasciando alle autorità diplomatiche solo le considerazioni di carattere strettamente politico.

In caso di situazioni particolarmente complesse è bene consultare l'Ufficio I della Sede di Roma alla mail : [ufficio1.aics@aics.gov.it](mailto:ufficio1.aics@aics.gov.it) con in c/c il dirigente responsabile.

#### **4.8 Coordinamento con l'Ufficio I dell'AICS.**

L'Ufficio I della Sede centrale AICS di Roma promuove e sostiene la più ampia collaborazione e il coordinamento fra Responsabili comunicazione delle Sedi estere AICS.

Ogni Sede estera AICS attraverso i Rappresentanti dell'AICS, titolari di Sede, o i suoi Responsabili comunicazione può richiedere sessioni di aggiornamento e approfondimento all'Ufficio I sulla corretta definizione e coerente attuazione dei piani di comunicazione.



5

ANNUAL REPORT  
DELLE  
SEDI ESTERE



## 5.1 Annual Report delle Sedi estere, report comunicazione e crono-programma comunicazione.

Si auspica che ogni Sede estera dell'AICS, entro il 31 marzo di ogni anno, invii all'Ufficio I della Sede centrale di Roma un **Annual Report** sull'impegno italiano di cooperazione nei Paesi di competenza, per presentare il quadro generale e strategico della cooperazione governativa in corso e l'andamento delle iniziative finanziate dall'Italia. L'Annual Report della Sede è il documento che più di tutti gli altri strumenti di comunicazione, interna ed esterna, permette di offrire un'immagine chiara dai punti di vista finanziario e geopolitico dell'impegno italiano di cooperazione. Perciò, deve ben integrare la narrazione, che deve essere sintetica e mai dispersiva, le infografiche con i dati e le immagini. Come indicato precedentemente al paragrafo 4.5, l'Annual Report può essere presentato con un evento pubblico in collaborazione con maggiori controparti governative ed enti esecutori ed essere accompagnato sui media da campagne di comunicazione su valori o settori strategici d'intervento. E' la risposta principale dell'AICS alle raccomandazioni della Peer Review dell'OCSE.

Ogni Sede estera dell'AICS, entro il 31 marzo di ogni anno, dovrà condividere con l'Ufficio I della Sede centrale di Roma un **report comunicazione**, per presentare quanto fatto e quanto in programma rispetto al piano di comunicazione triennale o quinquennale della Sede.

Caratteristiche del report comunicazione annuale devono essere brevità e chiarezza delle informazioni. A questo scopo, s'invita a preparare una sintetica scheda informativa su attività svolte, materiali prodotti e risultati, allegando, ove possibile, le indagini statistiche di monitoraggio.

In merito alle attività di comunicazione in fase di preparazione, s'invitano le Sedi estere a inviare, contestualmente al report comunicazione annuale, un crono-programma lineare che indichi le future azioni rilevanti, con particolare attenzione a eventi e campagne strategiche per le Sedi, nell'ambito delle quali i vertici della Sede di Roma possano contribuire, attraverso la visibilità pubblica e il lavoro istituzionale con le controparti governative, al consolidamento delle strategie di cooperazione nei Paesi prioritari, al positivo andamento delle iniziative in corso e alla programmazione futura.

## 5.2 Condivisione delle relazioni istituzionali e delle media partnership.

Allo scopo di rafforzare l'efficacia delle attività di comunicazione e il coordinamento, ogni Sede dovrà aggiornare e condividere, quando richiesto, con l'Ufficio I di Roma la rubrica delle sue relazioni istituzionali in comunicazione e delle sue media partnership locali, nelle quali andranno indicati i contatti dei responsabili di riferimento e una descrizione sintetica dei principali brand pubblici o privati per i quali lavorano. In particolar modo:

- Media locali,
- Agenzie di cooperazione governativa,
- Organizzazioni della società civile,
- Organismi internazionali,
- Istituzioni ed enti governativi.



6

RAPPORTI  
CON LA STAMPA



## 6.1 Rapporti con la stampa italiana ed estera.

È opportuno prevedere nel budget comunicazione delle Sedi estere un capitolo di spesa destinato all'organizzazione di missioni stampa di testate italiane o internazionali, per la copertura dei costi di volo, trasporti e pernottamento e per l'eventuale produzione esecutiva di reportage, pubblicazioni o eventi.

Le missioni stampa di cui sopra devono essere concordate e organizzate, in collaborazione con l'Ufficio I di Roma.

A tal fine, è opportuno preparare con buon anticipo, in coordinamento con l'Ufficio I ([comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it) e [ufficiostampa@aics.gov.it](mailto:ufficiostampa@aics.gov.it)), eventi che possano prevedere il coinvolgimento del Direttore o dei vertici della Sede centrale di Roma, conferenze stampa, servizi di testate giornalistiche o televisive italiane e conseguente visibilità sul sito dell'Agenzia e sui suoi social media o lo streaming sul sito istituzionale.

Le relative comunicazioni email saranno inviate ai suddetti indirizzi di posta elettronica istituzionali aggiungendo in c/c quelli personali in modo da contribuire a rendere il lavoro più ordinato.

Nel caso di interventi su testate o televisioni nazionali italiane da parte di Rappresentanti dell'AICS, titolari di Sede estera, o suoi dipendenti nell'ambito di iniziative di cooperazione allo sviluppo finanziate o co-finanziate all'estero dal Governo italiano, è obbligatorio informare la sede AICS di Roma e attenersi alle presenti Linee Guida.

Di grande importanza è la comunicazione tempestiva e la preparazione, attenta e condivisa, delle visite ufficiali di rappresentanti politici nei Paesi di competenza delle sedi.

## 6.2 Indirizzi su comunicati e conferenze stampa.

Un comunicato stampa è un documento ufficiale inviato alle Agenzie di stampa in modo che possa essere rilanciato dalle testate giornalistiche. Solitamente è redatto e inviato dalle Sedi all'inizio di una nuova iniziativa e in occasione della sua conclusione. Deve contenere il logo dell'Agenzia ed essere scritto sia in lingua italiana sia nella lingua o nelle lingue locali prevalenti. Di seguito alcune indicazioni, non esaustive, per la redazione di un comunicato stampa efficace.

- Testo contenuto entro 2500 caratteri, spazi inclusi.
- Titolo sintetico, seguito da un sommario con citazione del ruolo di AICS come ente finanziatore nelle prime righe.
- Periodi brevi, uso del grassetto per le informazioni essenziali, elenchi puntati, dati, numeri e link (mappe, materiale fotografico o audiovisivo, info-grafiche o grafici esplicativi eventualmente in allegato).

- Sintesi della notizia nel primo paragrafo con importo, durata del progetto, numero destinatari diretti e indiretti.
- Descrizione di azioni/attività con il consueto schema: chi-cosa-dove-quando-perché-come.
- Informazioni di base sui protagonisti del progetto, sui risultati attesi e, a chiudere, eventuali dichiarazioni virgolettate di autorità o responsabili dell'iniziativa.
- Nominativo e contatti di un referente AICS per ulteriori informazioni.

I comunicati stampa delle Sedi estere, quando hanno una rilevanza nel contesto italiano, vanno inviati, nella versione italiana, ai seguenti indirizzi: [ufficio.stampa@aics.gov.it](mailto:ufficio.stampa@aics.gov.it) e in c/c [comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it) con buon anticipo prima della loro diffusione, in modo da essere inviati anche alla stampa italiana. L'Ufficio va coinvolto fin dall'inizio, quando il comunicato è ancora in bozza e non a ridosso dell'invio.

Si raccomanda di utilizzare un linguaggio chiaro e sintetico, di evitare il ripetersi di termini tecnici e burocratici e, nelle versioni italiane del comunicato, di non utilizzare acronimi e termini in inglese, che abbiano corrispettivi nella lingua italiana. Questo per fare in modo che il giornalista destinatario, che si rivolge a una platea di lettori italiani più ampia possibile, non debba poi rielaborare/decodificare il testo.

In caso di conferenza stampa, il materiale informativo prodotto per l'occasione dovrà recare chiaramente, in alto, il logo dell'Agenzia. Sarà opportuno, infine, esporre le bandiere italiana, europea e del Paese ospitante e dotarsi di banner, totem o altri elementi di comunicazione che esponano chiaramente il logo dell'Agenzia.

Il personale che lavora per AICS che, a diverso titolo, venga intervistato dalla stampa locale o italiana, deve essere preventivamente autorizzato per iscritto dall'Ufficio o dal Rappresentante dell'AICS Titolare di Sede. Una volta autorizzate le suddette interviste al personale Aics rispetteranno le seguenti regole.

- Chi viene intervistato deve presentarsi esplicitando chiaramente fin dall'inizio il proprio ruolo svolto in Aics – ad esempio: Rappresentante dell'AICS nel Paese, Responsabile comunicazione, Capo progetto o altro -. Chi parla lo fa a nome dell'Agenzia e non a titolo personale. E' sempre meglio declinare per intero il nome dell'Agenzia e non utilizzare solo l'acronimo.
- Occorre informarsi della fase di post produzione e accertarsi della completezza e correttezza delle indicazioni fornite in "sottopancia" o commenti a voce, rimandando a un possibile approfondimento sui nostri siti, va sempre citato nel dettaglio l'indirizzo web della Sede centrale ([aics.gov.it](http://aics.gov.it)) o della Sede estera.

### 6.3 Rapporti degli enti esecutori con la stampa.

In tutti i progetti condotti da enti esecutori, finanziati o co-finanziati dal Governo italiano, è necessario valorizzare ed evidenziare il contributo dell'AICS che, nella maggioranza dei casi, è il principale donatore.

In particolare i comunicati congiunti redatti dai soggetti esecutori necessitano di una maggiore attenzione e vanno sempre rivisti dalla Sede estera che si coordina con buon anticipo con la Sede centrale di Roma.

Nel caso in cui qualsiasi rappresentante o dipendente di enti esecutori sia intervistato o intervenga in programmi radiotelevisivi ed eventi pubblici, nell'ambito di progetti finanziati o co-finanziati dall'AICS, dovrà chiarire esplicitamente che l'iniziativa è finanziata dall'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo specificando l'ammontare del contributo.

Nel caso in cui, nell'ambito di progetti finanziati o co-finanziati dall'AICS ed eseguiti da enti terzi sia pubblici sia privati, siano previste riprese televisive, la Sede estera dovrà essere sempre preventivamente informata.

Allo stesso modo, ogni coinvolgimento della stampa italiana da parte degli enti esecutori dovrà avvenire in coordinamento con le Sedi competenti e con l'ufficio stampa della Sede centrale di Roma.

# 7 INDIRIZZI OPERATIVI GENERALI PER IL DIGITAL AICS



## 7.1 Testi per il sito istituzionale.

Il sito web istituzionale dell’Agenzia è aics.gov.it ed è comprensivo di 18 sottositi in immagine coordinata per ciascuna Sede estera. In linea con l’identità visiva dell’AICS, il sito centrale e quelli delle altre 18 Sedi sono stati realizzati sulla base di un unico template. Il sito web rappresenta le attività dell’Agenzia all’esterno con immediatezza e trasparenza. Deve essere, perciò, regolarmente aggiornato.

E’ compito delle Sedi la gestione e l’aggiornamento dei siti di competenza. È sconsigliato creare un portale esclusivamente dedicato a un singolo progetto, salvo casi particolari, concordati con l’Ufficio I - Comunicazione.

Di seguito, alcune indicazioni generali sui testi per il sito.

- News lunga in primo piano dell’Homepage (1500 caratteri circa, spazi inclusi).
- News breve nel rullo notizie (1000 caratteri circa, spazi inclusi).

In entrambi i casi, le news devono essere accompagnate da foto in buona risoluzione, materiale multimediale e/o grafici. Vedi anche paragrafo 7.6.

## 7.2 Indirizzi sulla selezione e la condivisione delle notizie.

È prioritario per la strategia di visibilità e comunicazione dell’Agenzia un utilizzo più moderno, efficace e di impatto della comunicazione web. Per questo, nella Homepage del sito viene dato risalto, oltre agli eventi che prevedono la partecipazione dei vertici dell’AICS, alle attività progettuali strategiche in corso nei Paesi prioritari di cooperazione quali inaugurazioni, eventi di lancio o di chiusura di iniziative, visite istituzionali, testimonianze importanti, casi di successo e buone pratiche.

La scelta e la responsabilità di pubblicare testi e immagini sul sito istituzionale è dell’Ufficio I di Roma mentre sui siti locali è del Responsabile AICS, titolare della sede. In ogni caso la pubblicazione sul sito istituzionale avviene a discrezione dell’Ufficio I secondo alcuni criteri

- Programmazione delle uscite e piano editoriale.
- Rilevanza della notizia.
- Livello dei rappresentanti Aics che partecipano all’evento.
- Ruolo dell’Aics nell’organizzazione dello stesso.

Onde evitare di pubblicare sul sito AICS notizie solo per le Sedi estere che hanno un’attività di comunicazione più attiva e sollecita, s’invitano tutte le Sedi a comunicare all’Ufficio I almeno una notizia al mese, avendo cura di selezionarla in base alle priorità strategiche dell’intervento italiano di cooperazione. In linea generale, è opportuno evitare attentamente di ripetere, in un breve arco

di tempo, notizie su uno stesso progetto o su eventi che prevedano solo la partecipazione di relatori dietro un tavolo.

Al fine di consentire la pubblicazione tempestiva della news sul sito, è opportuno che le Sedi estere e gli uffici AICS coinvolti condividano la notizia con un buon anticipo, laddove ne siano già in possesso, o entro massimo i 2 giorni successivi, nel caso non ne siano in possesso, all'Ufficio I, inviandola agli indirizzi [comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it) e [ufficiostampa@aics.gov.it](mailto:ufficiostampa@aics.gov.it).

La comunicazione della notizia dovrà contenere le seguenti informazioni essenziali.

- Ufficio o Sede di riferimento.
- Titolo e descrizione della notizia o dell'evento.
- Luogo e data dell'evento.

La comunicazione della notizia dovrà contenere le seguenti informazioni preferenziali, laddove esistenti.

- Media coinvolti.
- Partner istituzionali e di cooperazione.
- Loghi dei partner in formato vettoriale.
- Link a siti di interesse.
- Contatti dei responsabili delle attività o dell'evento.
- Materiale illustrativo quali brochure o altre pubblicazioni in pdf.
- Foto in risoluzione minima 1M.
- Link a video.
- Comunicato stampa.

Per indicazioni sull'invio di foto o materiale audiovisivo con cui corredare la notizia, vedi il paragrafo 7.6.

### **7.3 Articoli per il web magazine Oltremare.**

Oltremare (email: [oltremare@aics.gov.it](mailto:oltremare@aics.gov.it)) è il web magazine ufficiale dell'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo. Pace, Pianeta, Prosperità, Persone, Partnership sono le sue 5 sezioni, che riassumono le linee programmatiche dell'Agenda 2030. Il suo scopo è offrire un luogo di riflessione e dibattito sui principali temi dello sviluppo sostenibile. Non è, perciò, solo la vetrina delle attività dell'Agenzia.

Fra le tante rubriche, che coinvolgono Organizzazioni della società civile, MAECI, Università e mondo della cultura, ha particolare rilevanza il contributo proveniente dalle iniziative sul campo. Per questo, tutte le Sedi estere saranno coinvolte in maniera costante e non episodica, con almeno un articolo a bimestre di 5.000 caratteri circa, spazi inclusi, corredato da materiale fotografico o link audiovisivi.

Diversamente dalle news o dai comunicati stampa, i testi degli articoli per Oltremare non saranno meramente descrittivi dei progetti o degli eventi trattati, ma costituiranno occasione di riflessione in grado di evidenziare il ruolo e l'impegno strategico dell'AICS nelle aree geografiche d'intervento, offrendo inoltre elementi di approfondimento e di commento, comprese le dichiarazioni di personalità di rilievo, controparti governative, Rappresentanti dell'AICS all'estero, responsabili progetto, beneficiari.

La redazione si riserva la facoltà di rivedere i contributi inviati, in base a esigenze di editing e di stile editoriale del magazine. Materiali multimediali, foto in HD e video, dovranno essere inviati via wetransfer all'email [oltremare@aics.gov.it](mailto:oltremare@aics.gov.it) e in c/c ai responsabili indicati dall'Ufficio I.

Per ragioni di buona archiviazione dei contributi, s'invita a inviare le email con l'oggetto impostato come segue: PAESE/SEDE – DATA/NUMERO DI CONTRIBUTO - OLTREMARE.

Per le stesse ragioni, s'invita a inviare le foto, allegate al contributo, nominate come segue: PAESE/SEDE/ANNO – SETTORE – SOGGETTO FOTOGRAFATO. Ad esempio: Kenya - Sviluppo rurale - Donne agricoltrici. Preferibilmente, s'invita a integrare le foto con una didascalia utile a conoscere il contesto in cui è stata scattata la foto: iniziativa, località, altre informazioni essenziali.

Infine, è sempre indispensabile indicare i crediti, in particolar modo dove l'AICS non sia titolare dei diritti di utilizzo.

Di seguito si sintetizzano le specifiche dei contributi redazionali per Oltremare.

- Testo fra 4000 e i 6000 caratteri, spazi inclusi.
- Foto in HD corredate da didascalie e crediti.
- Titolo da 50 a 100 caratteri e occhiello da 120 a 180 caratteri.
- Acronimi in italiano, alto basso sempre, per esteso solo la prima volta, fra parentesi l'acronimo che verrà poi usato successivamente.
- Abstract del pezzo in lingua inglese di 10 righe circa.
- Nome e cognome dell'autore, corredato dalla qualifica. Ad esempio: Responsabile comunicazione, Capo progetto o altro. Preferenzialmente, s'invita a evitare la doppia firma. In caso di collaborazione inserire l'asterisco e la dicitura *\*In collaborazione con.*
- Preferire sempre la dicitura Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo al generico Cooperazione italiana.

Prima dell'invio, l'articolo deve essere condiviso e approvato dal Rappresentante dell'AICS Titolare della Sede estera e quindi inviato a: [oltremare@aics.gov.it](mailto:oltremare@aics.gov.it) e in c/c ai responsabili indicati dall'Ufficio I di Roma.

Si sottolinea l'importanza di sostenere e rilanciare sempre sulle pagine e verso i principali contatti locali delle Sedi estere tutti i contenuti pubblicati dalla Sede centrale di Roma. Ciò costituisce un concreto strumento per allargare la platea di lettori del magazine.

## 7.4 Social media.

I social media sono strumenti irrinunciabili e d'impatto nel breve termine. Il loro utilizzo è parte indispensabile della strategia di comunicazione dell'AICS, che è un'Agenzia del Governo italiano. In quanto tale, i social media devono essere aggiornati secondo norme di linguaggio istituzionale, ma in linea con la rapidità e la chiarezza del web-writing e con le caratteristiche culturali dei target di pubblico individuato.

Tutte le Sedi estere, tranne in casi eccezionali che dovranno essere opportunamente segnalati, devono avere i propri account social, gestiti da personale dedicato, attraverso cui alimentare la conoscenza delle attività dell'Agenzia e la loro trasparenza.

La sede centrale dell'Agenzia ha account istituzionali sui seguenti social network: Facebook (<https://www.facebook.com/agenziaitalianacooperazione/>); Twitter (@aics\_it), YouTube (aics cooperazione) e Instagram (aics\_cooperazione\_it).

Gli account social devono essere periodicamente e regolarmente aggiornati.

I contenuti devono sempre essere accompagnati da foto o link video, dagli hashtag più significativi, in particolar modo su Twitter e Instagram, dalle keyword su YouTube, ovvero le parole che meglio descrivono i contenuti pubblicati, e dai tag dei maggiori partner.

Il linguaggio deve essere quotidiano e non burocratico. E' preferibile ridurre l'uso di acronimi e inserire ove possibile link al sito istituzionale AICS per l'approfondimento degli argomenti.

Le Sedi estere AICS possono utilizzare la lingua locale, oltre l'italiano, e redigere i contenuti in doppia lingua, ove gli aggiornamenti coinvolgano più Paesi. L'inglese è in generale una soluzione suggeribile nei casi di un pubblico multi-lingue.

In ogni caso è necessario:

- Taggare sempre la Sede centrale di Roma.
- Condividere, rilanciare, cliccare like/cuore sotto tutti i contenuti della Sede centrale di Roma, delle altre Sedi estere, nonché del Ministro, del Viceministro o del MAECI, quando inerenti alle attività di cooperazione allo sviluppo.

Per garantire uniformità e un più semplice riconoscimento delle Sedi estere è fondamentale che i profili attivi sui social, siano scritti con la seguente estensione: AICS "nome sede". Esempio: @AICS Beirut.

Gli account social devono essere accuratamente monitorati, per verificare ed eventualmente intervenire su possibile criticità. A tale scopo deve essere pubblicata una netiquette contenente le regole di cui gli utenti dovranno tenere conto.

Più in generale, si attira l'attenzione sulle seguenti indicazioni:

- Occorre prestare sempre massima attenzione nell'articolazione delle considerazioni, valutando attentamente possibili sensibilità politiche, culturali, etniche e religiose.
- Le disposizioni sui diritti di proprietà intellettuale non possono essere violate.
- Non possono essere rivelate informazioni classificate o comunque destinate a una diffusione limitata.
- Si deve evitare categoricamente qualsivoglia considerazione che possa essere considerata lesiva della privacy altrui.
- Eventuali errori devono essere rettificati, correggendo o eliminando tempestivamente la comunicazione.

Si ricorda che, tutte le visite di cariche istituzionali italiane devono essere tempestivamente comunicate alla Sede centrale di Roma ([comunicazione@aic.gov.it](mailto:comunicazione@aic.gov.it)) e devono essere condivisi, ove possibile anticipatamente, o comunque in tempo reale, tutto il materiale video/fotografico e gli estratti degli interventi, per gli opportuni seguiti.

## 7.5 Sicurezza sui social media.

I social media, nonostante la loro informalità e la loro vulnerabilità agli attacchi informatici, sono una fonte di informazioni alla quale gli utenti attribuiscono grande valore e credibilità. Considerata la natura istituzionale degli account ufficiali dell'Agenzia, è necessario un controllo stretto e costante sulle credenziali di accesso ai profili. Di seguito, a titolo di esempio, alcune raccomandazioni per la loro corretta gestione.

Una password di accesso deve essere:

- 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 o alla casella di posta elettronica @aic.gov.it per evidenti esigenze di salvaguardia dell'account professionale),

- cambiata regolarmente,
- conosciuta dai soli responsabili autorizzati del profilo,
- non correlata con dati privati dei responsabili (data di nascita, nome dei figli o simili).

Una soluzione possibile e consigliabile è creare un account di posta elettronica presso un comune fornitore commerciale di servizi di posta, come Gmail ad esempio, da utilizzare per creare il profilo della pagina ufficiale. Tale account dovrà essere utilizzato esclusivamente a questo scopo. ID e password devono essere sempre scrupolosamente conservate.

Per ragioni di sicurezza, si deve accedere al profilo ufficiale per il tempo strettamente necessario alla pubblicazione degli aggiornamenti e deve essere evitata la navigazione su altri profili mentre si è connessi al profilo ufficiale, avendo anche cura di evitare l'attivazione di link pubblicati da utenti (followers) come commenti o contributi.

## 7.6 Materiali fotografici e audiovisivi.

Le fotografie e i video sono strumenti fondamentali per documentare e valorizzare ogni fase del progetto, in particolar modo se abbinate secondo la formula side by side, prima e dopo, partendo dalla situazione precedente all'avvio delle attività, fino alla conclusione dei lavori.

È preferibile che vengano riprese immagini e video di testimonianze dirette dei beneficiari dei progetti e di attività sul campo, piuttosto che di interviste agli addetti ai lavori. Queste ultime, ad esempio in un video, possono essere brevi e accompagnare le immagini delle attività, cui l'intervista si riferisce.

L'Ufficio I ha creato un archivio, aggiornato periodicamente, con foto e video provenienti dalle Sedi estere e da enti esecutori, che può essere utile per la realizzazione di materiale di visibilità o in occasione di eventi.

È opportuno trasmettere il materiale fotografico e i video ai seguenti indirizzi email: [comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it) con i c/c i responsabili indicati dall'Ufficio I oppure condividerlo tramite WeTransfer o Google Drive.

Di seguito le specifiche per le fotografie.

- Le immagini digitali, per poter essere usate in ogni ambito e contesto, dovrebbero avere una dimensione minima di 1 Mb e una risoluzione minima di 300 DPI.
- Le fotografie devono essere inoltre ben definite, ovvero non sfocate, e ben contrastate, ovvero né troppo chiare, né troppo scure.
- Ogni foto deve essere nominata come indicato al paragrafo 7.3, accompagnata da una breve descrizione che indichi in modo chiaro i credits, necessari laddove l'AICS non possieda il diritto di utilizzo delle immagini.

Di seguito le specifiche per i materiali audiovisivi.

- Come per il materiale grafico-informativo, anche nella documentazione audiovisiva delle iniziative deve apparire chiaramente l'Agenzia come donatore e l'ammontare del progetto.
- Di norma, i video devono essere girati in formato 16:9 ed esportati con le seguenti estensioni: Quicktime, Mpeg, MP4, Avi, H264.
- È opportuno condividere i video realizzati ai seguenti indirizzi email: [comunicazione@aics.gov.it](mailto:comunicazione@aics.gov.it), per consentirne l'eventuale pubblicazione sul sito e social o la riproduzione degli stessi in occasione di eventi.
- Ogni video deve essere nominato e accompagnato da una breve descrizione, credits inclusi, così come indicato per le foto al paragrafo 7.3.
- Ogni video deve avere sottotitoli nella lingua ufficiale del paese realizzatore o in italiano per la diffusione in Italia.

L'Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo avrà il diritto di utilizzare o riprodurre i video, senza il pagamento di royalties. In caso contrario le immagini potranno essere utilizzate solo dietro rilascio di una liberatoria o citando i credits.

Per i materiali audiovisivi prodotti da partner o enti esecutori, l'Agenzia non è responsabile per il contenuto. Questi devono pertanto inserire, anche in carattere piccolo, il disclaimer indicato al capitolo 10.



8

RAPPORTO CON  
I FORNITORI E  
GESTIONE DEGLI  
AFFIDAMENTI



## **8.1 La comunicazione come strumento di sviluppo.**

L'industria della comunicazione attuale è eterogenea e altamente specializzata. Sono tante le componenti del mercato che contribuiscono alla qualità finale e all'impatto delle attività programmate: dalla fase di ideazione dei contenuti alla produzione, dalla post-produzione alla pianificazione e distribuzione dei materiali prodotti, dalle media partnership alla raccolta e monitoraggio dei dati statistici.

I Responsabili comunicazione delle Sedi AICS sono incaricati delle indagini di mercato e della valutazione delle migliori aziende fornitrici di servizi di comunicazione attive nei contesti locali. Vedi anche il successivo paragrafo 8.2.

Ove possibile, è consigliabile agevolare le partnership e le co-produzioni con aziende italiane, europee e internazionali, riconosciute nel mondo quali fornitrici di servizi di comunicazione, sia allo scopo di accrescere la qualità dei materiali prodotti, sia al fine di sostenere lo sviluppo libero del settore nei contesti locali.

## **8.2 Elenco fornitori e gestione degli affidamenti.**

Ferme restando le regole generali sulla gestione degli acquisti, la trasparenza e il rapporto con i fornitori, definiti nei regolamenti interni specifici, come buona pratica gestionale, ogni Responsabile comunicazione in collaborazione con i responsabili procurement delle Sedi è invitato a curare un Elenco fornitori e una cronologia degli affidamenti, che possa essere sempre disponibile in caso di Audit.

A tale scopo, si consiglia di preparare due distinti file excel. Laddove possibile, inserire sempre nelle opportune caselle dei file excel i documenti essenziali in formato pdf, in linea con le procedure per gli affidamenti dei servizi previste dall'AICS e dalle PRAG dell'Unione Europea.

# 9

NORME DISCIPLINARI  
SULLA GESTIONE DEI  
PROFILI PERSONALI  
DEL DIRETTORE  
DI SEDE E DEI  
DIPENDENTI AICS



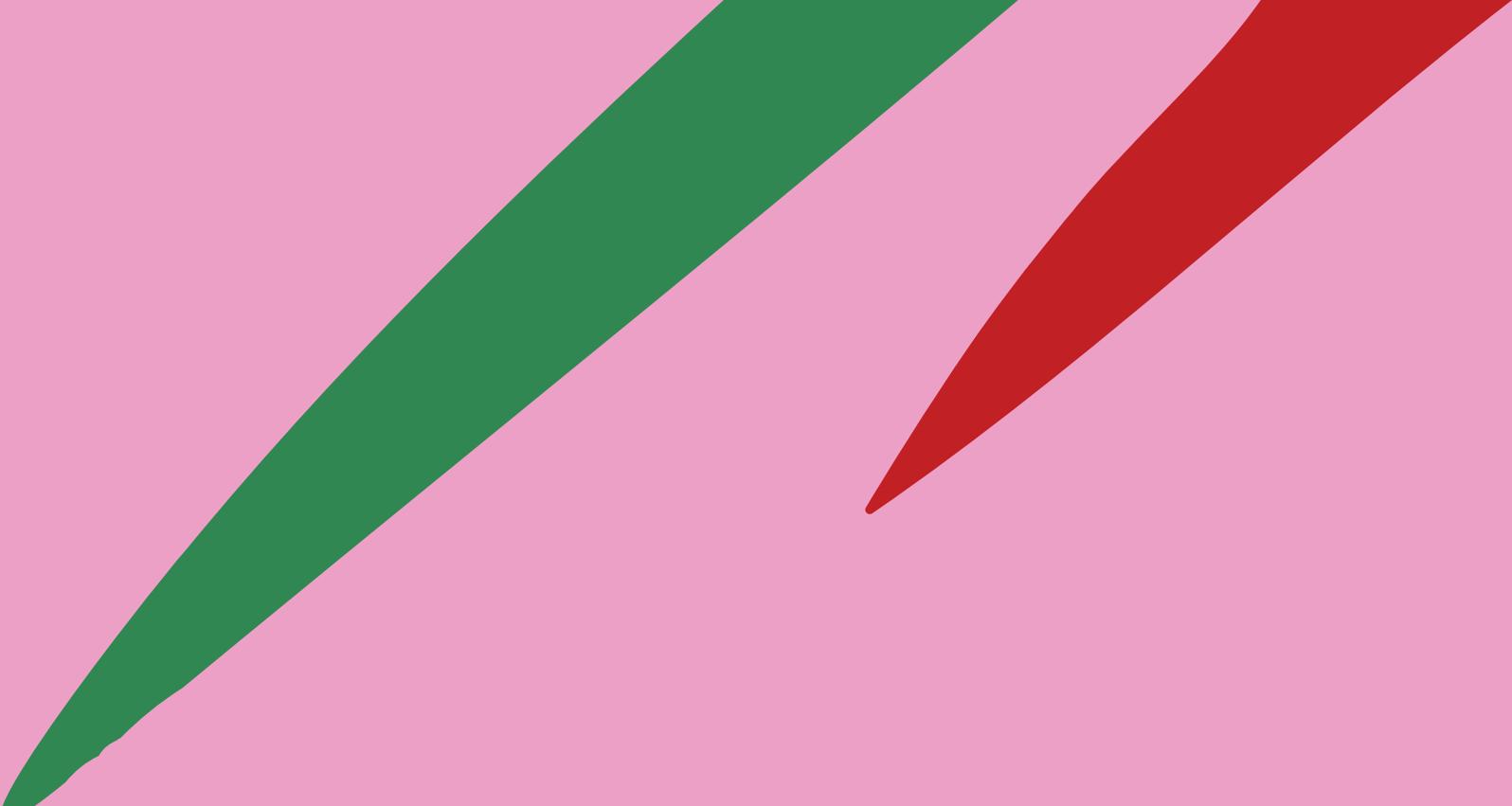
Grazie alla modifica introdotta dal Consiglio dei Ministri il 1° dicembre 2022, (DPR n. 62/2013), è cambiato il Codice di comportamento per i dipendenti pubblici. Il Codice integra, tra l'altro, gli elementi costitutivi della Milestone M1C1-58 del Piano nazionale di ripresa e resilienza ( Pnrr) di riforma della Pubblica amministrazione, da concludere, previo altre modifiche di scadenza, entro il 30 giugno 2023.

Il presente codice di comportamento, di seguito denominato Codice, definisce, ai fini dell'articolo 54 del DL 30 marzo 2001 n.165, i doveri minimi di diligenza, lealtà, imparzialità e buona condotta che i pubblici dipendenti sono tenuti ad osservare. Le previsioni del presente Codice sono integrate e specificate dai codici di comportamento adottati dalle singole amministrazioni ai sensi dell'articolo 54, comma 5, del citato DL n.165 del 2001.

Tra le principali novità del DPR, compare la previsione che le condotte personali dei dipendenti realizzate attraverso l'utilizzo dei social media non debbano in alcun modo essere riconducibili all'amministrazione di appartenenza o lederne l'immagine ed il decoro.

Ai sensi dell'art.11 ter

1. Il dipendente utilizza gli account dei social media di cui è titolare in modo che le opinioni ivi espresse e i contenuti ivi pubblicati, propri o di terzi, non siano in alcun modo attribuibili all'amministrazione di appartenenza o possano, in alcun modo, lederne il prestigio o l'immagine.
2. In ogni caso il dipendente è tenuto ad astenersi da qualsiasi intervento o commento che possa nuocere al prestigio, al decoro o all'immagine dell'amministrazione di appartenenza o della pubblica amministrazione in generale.
3. È fatto, altresì, divieto, al dipendente di trattare comunicazioni, afferenti direttamente o indirettamente al servizio, attraverso conversazioni pubbliche svolte su qualsiasi piattaforma digitale.
4. Se dalle piattaforme social siano ricavabili o espressamente indicate le qualifiche professionali o di appartenenza del dipendente, ciò costituisce elemento valutabile ai fini della gradazione della eventuale sanzione disciplinare in caso di violazione delle disposizioni dei commi 1, 2 e 3.



10

LIBERATORIA,  
PRIVACY E  
DISCLAIMER



A seguito della produzione di materiali di comunicazione, per la loro pubblicazione, è obbligatorio avere le necessarie autorizzazioni sull'utilizzo di testi/immagini/sonoro previste dalla legge.

### **Disclaimer.**

L'Agenzia non è responsabile per il contenuto del materiale prodotto dai partner o dagli enti esecutori. Questi devono pertanto inserire la seguente avvertenza in calce a tutte le proprie pubblicazioni.

Questa pubblicazione è stata realizzata con il contributo della Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo. I suoi contenuti sono di esclusiva responsabilità di nome del partner/ente esecutore e non rappresentano necessariamente il punto di vista dell'Agenzia.

Liberatoria ai sensi degli artt. 10 e 320 cod. civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.1941, n. 633, Legge sul diritto d'autore, utilizzo e pubblicazione ai fini istituzionali di immagini (foto - video)



sede operativa Via Cantalupo in Sabina 29 - 00191 Roma (RM)  
Codice Fiscale: 97871890584

## LIBERATORIA/AUTORIZZAZIONE PER LA PUBBLICAZIONE DI FOTO E VIDEO IN FAVORE DI AICS

Il/La sottoscritto/a \_\_\_\_\_  
nata a \_\_\_\_\_ Il \_\_\_\_\_ Residente in \_\_\_\_\_

Con riferimento alle immagini (foto e video) scattate e/o riprese il giorno \_\_\_\_\_ presso la \_\_\_\_\_ in occasione dell'iniziativa AICS \_\_\_\_\_ con la presente:

### AUTORIZZA

A titolo gratuito, senza limiti di tempo, anche ai sensi degli artt. 10 e 320 cod. civ. e degli artt. 96 e 97 legge 22.4.1941, n. 633, Legge sul diritto d'autore, alla pubblicazione e/o diffusione in qualsiasi forma delle immagini sul sito internet \_\_\_\_\_ e sul sito di riferimento all'evento \_\_\_\_\_ su qualsiasi supporto telematico o cartaceo e/o su qualsiasi altro mezzo di diffusione, nonché autorizza la conservazione delle foto e dei video stessi negli archivi informatici dell'Agenzia, prendendo atto che la finalità di tali pubblicazioni sono di carattere meramente informativo ed eventualmente promozionale e non per scopo commerciale.

Dichiara di essere stata/o informato/a che gli stessi video e foto saranno condivisi sui principali social e divulgati per il tramite dei principali motori di ricerca, e di essere consapevole, e di accettare, che la divulgazione comporta, ed implica, limitazione dei diritti previsti dal GDPR e dichiara di essere stata/o informata che verso tali motori di ricerca o social potrà esercitare motivatamente i suoi diritti alla limitazione, correzione e diritto all'oblio, senza alcuna compromissione di AICS.

La presente liberatoria/autorizzazione potrà essere revocata con le limitazioni predette in ogni tempo con comunicazione scritta da inviare con PEC o mail.

Luogo e Data: \_\_\_\_\_

In fede \_\_\_\_\_

### **Informativa ex art. 13 GDPR 2016/679 in materia di protezione dei dati personali.**

Ai sensi del GDPR 679/2016, del D. Lgs. n. 196/2003, come aggiornato al D.Lgs. 100/2018, si informa che i dati personali conferiti con la presente liberatoria saranno trattati sia con modalità cartacea e informatica. I dati personali saranno custoditi in Agenzia e conservati e trattati nel rispetto della vigente normativa e dei principi di correttezza, liceità, trasparenza e riservatezza; in tale ottica i dati forniti, ivi incluso il ritratto contenuto delle immagini, verranno utilizzati per le finalità strettamente connesse e strumentali alle attività indicate nella liberatoria. In qualsiasi momento è possibile esercitare tutti i diritti indicati previsti dagli artt dal 15 al 21 del GDPR 2016/679 con le limitazioni di cui al co.3 dell'art. 20; co.6 art. 21 e art. 23 del GDPR, in relazione al D.Lgs.196/2003, fatta salva la liberatoria e la diffusione delle immagini e video in costanza del reso consenso.

presto il consenso  nego il consenso

Luogo e Data: \_\_\_\_\_

Firma (leggibile) \_\_\_\_\_

**1. Titolare del trattamento dei dati**

L'Agenzia italiana per la Cooperazione allo Sviluppo in persona del legale rappresentante dott. Maestripietri Luca, nell'unità operativa di Via Cantalupo in Sabina 29 - 00191 Roma C.F. 97871890584, è titolare del trattamento ed è contattabile alla PEC: [protocollo.aics@pec.aics.gov.it](mailto:protocollo.aics@pec.aics.gov.it).

**2. Designato al trattamento dei dati**

Il trattamento in questione è affidato al Dirigente dell'Ufficio I di AICS.

**3. Finalità del trattamento**

Il trattamento è finalizzato esclusivamente alla diffusione delle attività istituzionali dell'Agenzia.

**4. Base giuridica del trattamento**

La base giuridica del trattamento è l'adempire ad un obbligo legale al quale è soggetto il Titolare del trattamento, nonché di eseguire un compito di interesse pubblico o connesso all'esercizio di pubblici poteri.

**5. Categorie di dati trattati**

In particolare, saranno oggetto del trattamento i dati personali comuni e le immagini foto/video riprodotte dell'evento specifico.

**6. Modalità di trattamento**

Il trattamento verrà effettuato con l'utilizzo di procedure, anche informatizzate, e strumenti di ripresa, previa adozione di misure tecniche adeguate a proteggerli dalla perdita d'integrità e riservatezza.

**7. Destinatari della comunicazione dei dati**

I dati personali e quelli in video e foto, dei quali è stata acquisita la liberatoria, saranno condivisi sul sito istituzionale e tramite i social saranno comunicati al pubblico.

**8. Trasferimento di dati personali verso paesi terzi o organizzazioni internazionali**

Sono possibili trasferimenti dei dati – immagini e video – acquisiti con il consenso verso Paesi terzi UE ed extra-UE o organizzazioni internazionali, ma non è previsto il trasferimento di altri dati personali.

**9. Periodo di conservazione dei dati personali**

I dati verranno conservati per il periodo di legge. Quelli autorizzati e condivisi via web a tempo indeterminato.

**10. Diritti degli interessati**

Gli interessati hanno diritto di ottenere, nei casi previsti dall'art. 15 al 21 del GDPR 2016/679, l'accesso ai loro dati personali, con le limitazioni previste, scrivendo all'indirizzo di posta elettronica di AICS.

**11. Diritto di Reclamo**

Gli interessati, nel caso ritengano che il trattamento è in violazione di quanto previsto dal Regolamento UE 2016/679, hanno il diritto di proporre reclamo al Garante per la protezione dei dati personali che ha sede in Roma in Piazza Venezia sito: (<https://www.garanteprivacy.it>).

**12. Processo decisionale automatizzato**

Non è previsto un processo decisionale automatizzato.

**13. Il Responsabile per la Protezione dei dati personali**

Il Responsabile della Protezione dei Dati può essere contattato scrivendo presso la sede dell'Agenzia all'indirizzo mail [protocollo.aics@pec.aics.gov.it](mailto:protocollo.aics@pec.aics.gov.it).



[www.aics.gov.it](http://www.aics.gov.it)