

Contest UniPV-AVSI

Indicazioni su come partecipare

Scrivere e realizzare un piano di comunicazione per un progetto di cooperazione allo sviluppo

Premessa

La Fondazione AVSI in Uganda implementa un progetto di cooperazione dal titolo: *“Maximizing impact against HIV/AIDS, TB, and Malaria in 8 District of the Acholi Sub-region of Northern Uganda - Massimizzare l'impatto contro HIV, TB e malaria in 8 Distretti della Regione Acholi, Nord Uganda, Regione Acholi nelle località dei Distretti di Gulu, Amuru, Nwoya, Omoro, Kitgum, Pader, Lamwo e Agago”*, finanziato dalla Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo (AICS) e le cui attività di monitoraggio e valutazione sono state affidate al CICOPS (Centro Internazionale per la Cooperazione allo Sviluppo) di Pavia.

All'interno di tale progetto è prevista la stesura di un piano di comunicazione.

Per favorire il coinvolgimento degli studenti, la scrittura di questo piano diventa l'oggetto di un contest presso l'università di Pavia e altre università lombarde: nello specifico si propone agli studenti di presentare in piccoli gruppi una proposta di un piano di comunicazione per il progetto descritto. La proposta che aderirà maggiormente alle indicazioni date (come da paragrafi successivi) e che sarà più innovativa riceverà i fondi necessari per essere realizzata sul campo e curata dagli stessi studenti.

Obiettivo e destinatari del piano di comunicazione

Obiettivo del piano di comunicazione è quello di far conoscere l'azione della Cooperazione italiana e delle iniziative cofinanziate dal Global Fund per la lotta all'Aids, alla tubercolosi e alla malaria, in particolare in Uganda, ad almeno 40.000 giovani e studenti universitari iscritti presso l'università di Pavia e di altre università lombarde, all'opinione pubblica e agli stakeholder (AICS, DGCS, OSC, Ministero Salute, ecc).

Si incentiva l'uso di strumenti di comunicazione innovativi che illustrino le iniziative implementate dalla Fondazione AVSI e dalla Cooperazione italiana in campo sanitario in Uganda e finalizzate al raggiungimento dell'obiettivo di sostenibilità SDG 3 ed in particolare il sotto-obiettivo 3.3: porre fine entro il 2030 all'epidemia di AIDS, Tubercolosi, Malaria e malattie tropicali trascurate.

Le proposte elaborate dovranno illustrare le iniziative in corso, le attività svolte, i risultati e gli obiettivi raggiunti.

Strumenti di comunicazione da utilizzare per la proposta

Il contest intende promuovere le competenze e la sensibilità degli studenti partecipanti lasciando massima libertà di iniziativa sugli strumenti da utilizzare per realizzare la campagna di comunicazione.

A titolo di esempio: un video con storie-interviste, una campagna composta da foto e illustrazioni, una campagna social virale con materiale specifico adatto alla condivisione, un documentario e video reportage...

Tale proposta deve accompagnarsi anche all'ideazione di una campagna “teaser” che incuriosisca e coinvolga il target di riferimento (es. card digitali, card cartacee, evento pubblico, realizzazione di un trailer) e un piano di diffusione (es. attraverso uno o più social media, stampa, canali informativi dell'università). La proposta inoltre lascia spazio alla capacità dei partecipanti di identificare metodologie e strumenti creativi che includano chiari parametri di riferimento (costi, tempistiche, target di riferimento).

Analisi di contesto (max 3500 caratteri)

Attraverso un'analisi da fonti secondarie (desktop analysis) si chiede di offrire una breve descrizione del contesto di riferimento inerente alla problematica oggetto dell'intervento di cooperazione in Uganda con particolare riferimento al lavoro svolto dal sistema Italia (Agenzia Italiana per la Cooperazione allo Sviluppo, Governo Italiano, Iniziative Globali ed altri interventi in ambito bilaterale e multilaterale), evidenziando le maggiori sfide, i principali risultati ottenuti e le prospettive future. Nell'analisi si richiede di evidenziare aspetti quantitativi attraverso indicatori codificati a livello internazionale.

Identificazione del problema che si intende affrontare (max 2000 caratteri)

Si chiede di identificare ed evidenziare il problema principale che si intende affrontare e descrivere attraverso la proposta del piano di comunicazione da realizzare. Si richiede inoltre di definire il gruppo target a cui il piano è rivolto, facendo una stima del numero di utenti finali che si intende raggiungere.

Descrizione dettagliata del piano di comunicazione e dei principali strumenti (max 5000 caratteri)

Si chiede di offrire una descrizione dettagliata del piano di comunicazione organizzato per obiettivi e risultati partendo dall'analisi del problema presentato nel paragrafo precedente. Si richiede che per ogni obiettivo e risultato vengano illustrate in modo dettagliato le azioni (attività) previste seguendo un ordine cronologico e consequenziale. Nella descrizione delle azioni (attività) si richiede di fornire una descrizione dei principali strumenti, mezzi e canali che si intende utilizzare avendo particolare attenzione ad aspetti innovativi.

<i>Obiettivo 1:</i>	<i>Risultato 1:</i>	<i>Attività 1:</i>	<i>Elementi di innovazione</i>
<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>
<i>Obiettivo 2:</i>	<i>Risultato 2:</i>	<i>Attività 2:</i>	<i>Elementi di innovazione</i>
<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>
<i>Obiettivo 3:</i>	<i>Risultato 3:</i>	<i>Attività 3:</i>	<i>Elementi di innovazione</i>
<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>
<i>Obiettivo 4:</i>	<i>Risultato 4:</i>	<i>Attività 4:</i>	<i>Elementi di innovazione</i>
<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>	<i>Descrizione</i>

Budget

Si chiede di identificare i costi previsti per la realizzazione del piano utilizzando le principali voci di costo (es. produzione contenuti, sponsorizzazioni ecc).

<i>Descrizione</i>	<i>Unità</i>	<i>Costo unitario</i>	<i>Costo totale</i>

Si allegano dei fac simili di piani di comunicazione come modelli di riferimento