

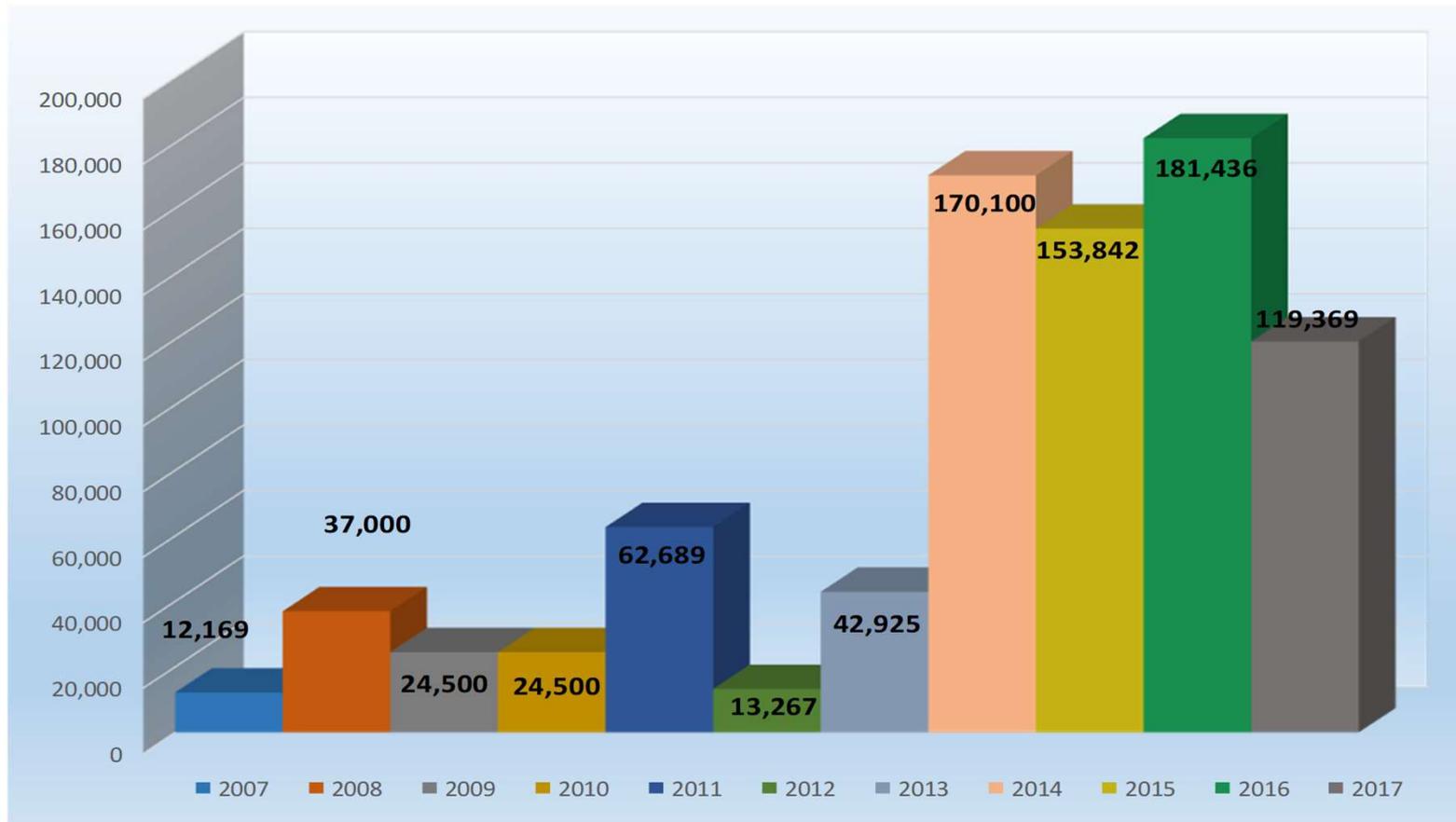


**CAMPAGNA INFORMATIVA AWARE MIGRANTS
2015 - 2019**

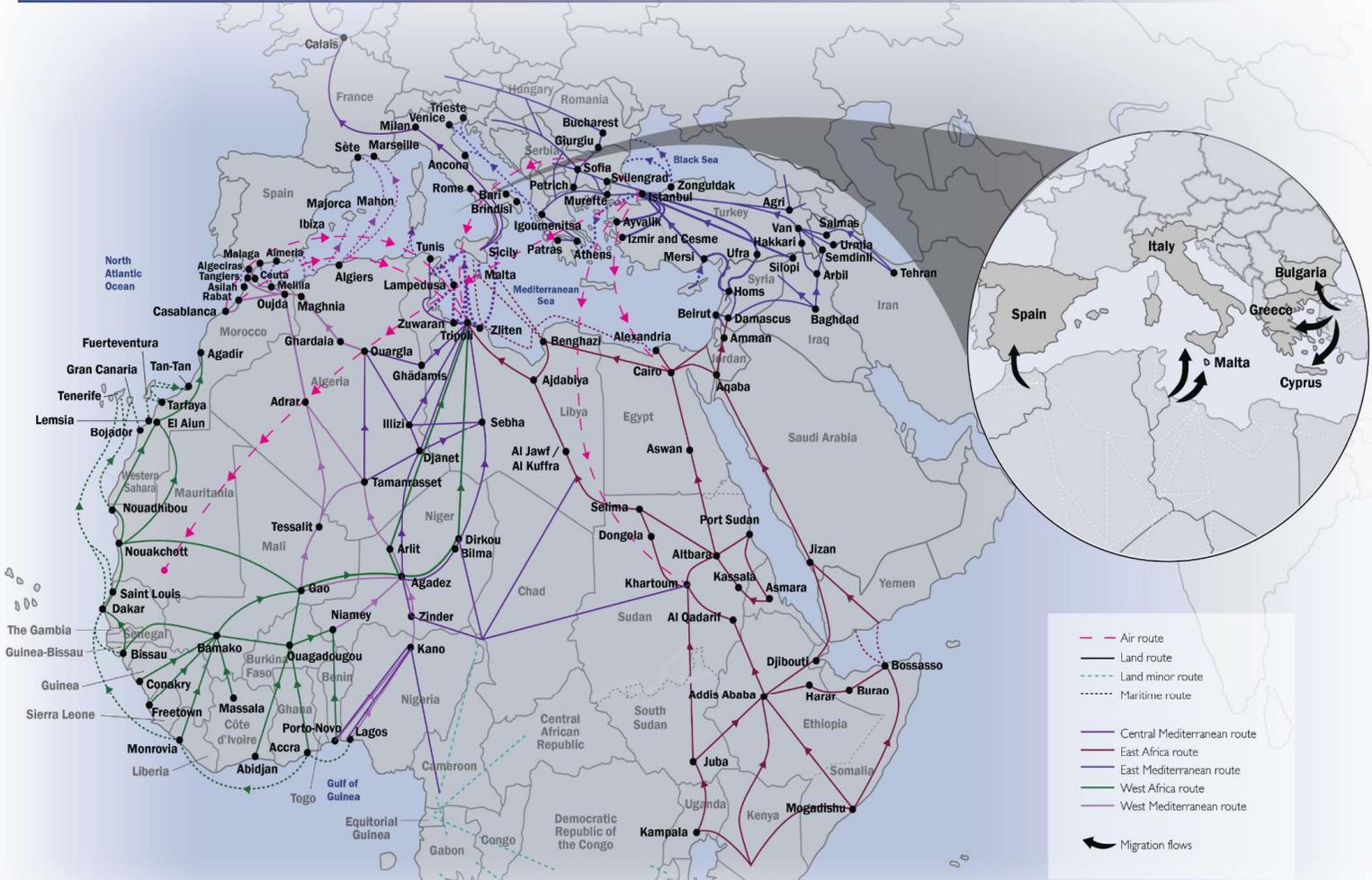
Arrivi in Italia via mare – Principali paesi di origine
1 gennaio - 30 aprile 2018/2017
(source: Italian Ministry of Interior)

Main Countries of Origin	2018	2017
Tunisia	1,910	231
Eritrea	1,810	1,044
Nigeria	695	5,253
Sudan	536	887
Côte d'Ivoire	526	3,920
Pakistan	436	1,026
Mali	417	1,879
Guinea	404	4,184
Algeria	311	404
Senegal	279	2,555
Libya	258	172
TOTAL ALL Countries of Origin	9,467	37,235

- La maggior parte fa richiesta di asilo
- Tra loro ci sono:
 - persone che fuggono da conflitti e persecuzioni
 - persone che si spostano per ragioni economiche, sociali e personali
 - vittime di tratta
 - minori non accompagnati
 - migranti che hanno bisogno di assistenza sanitari
- La quasi totalità dei migranti che arrivano via mare dalla Libia sono vittime di abusi, violenze, torture.
- Nel 2018 si è registrata una diminuzione di arrivi dovuta alla situazione interna della Libia, da dove è diventato più difficile partire.



Mixed migration routes to Europe



International Organization for Migration (IOM) - The U.N. Migration Agency
 Boundaries and names used and designations shown do not imply official endorsement or acceptance by IOM. 14/3/17

Background

- Analisi delle informazioni e delle testimonianze dei migranti raccolti ai punti di sbarco al Sud Italia
- Numerose testimonianze di violenza e abusi durante il viaggio nel deserto, in Libia e durante la traversata del Mediterraneo
- Testimonianze raccolte durante I Focus Group con migranti arrivati via mare condotti a Milano, Roma e Palermo

Obiettivi

- Contribuire ad informare i migranti per prendere decisioni più consapevoli
- Informare l'opinione pubblica nei paesi sulla pericolosità del viaggio migratorio





Aware Migrants -Lancio e implementazione - 2015.2019 – Fondi: Italia

Lancio ufficiale: luglio 2016

Fase di produzione: aprile-dicembre 2016 [9 mesi]

Disseminazione (fase 1): gennaio 2017 - gennaio 2018

Disseminazione e nuova fase di produzione: febbraio 2018 - luglio 2019

Paesi target: Nord Africa e Africa occidentale (in particolare: Egitto, Costa d'Avorio, Niger, Nigeria, Senegal e Tunisia)



Aware Migrants - Engaging West African Communities - 2017.2018 – Fondi: Germania

Lancio: settembre 2017

Fase di produzione: Raccolta di storie di migrant di ritorno, storie all'interno delle comunità locali e sviluppo di materiali di sensibilizzazione

Fase di disseminazione: Diffusione dei contenuti (TV, radio, eventi locali)

Mappatura delle comunità con alta incidenza migratoria

Feedback: *Community Response Map*

Paesi target: Africa occidentale (in particolare Ghana, Niger e Senegal)



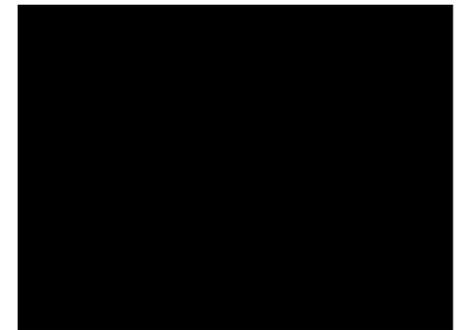
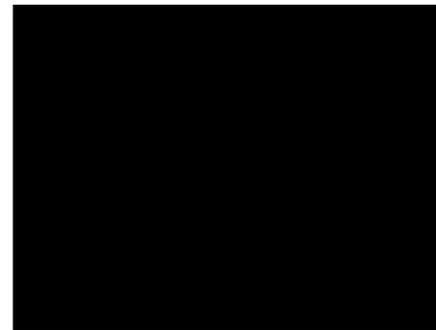
Contributo per disseminazione su canali internazionali 2018.2019 – Fondi: Austria

Fase di disseminazione: Diffusione dei contenuti sui canali internazionali di France 25 e TV5 Monde





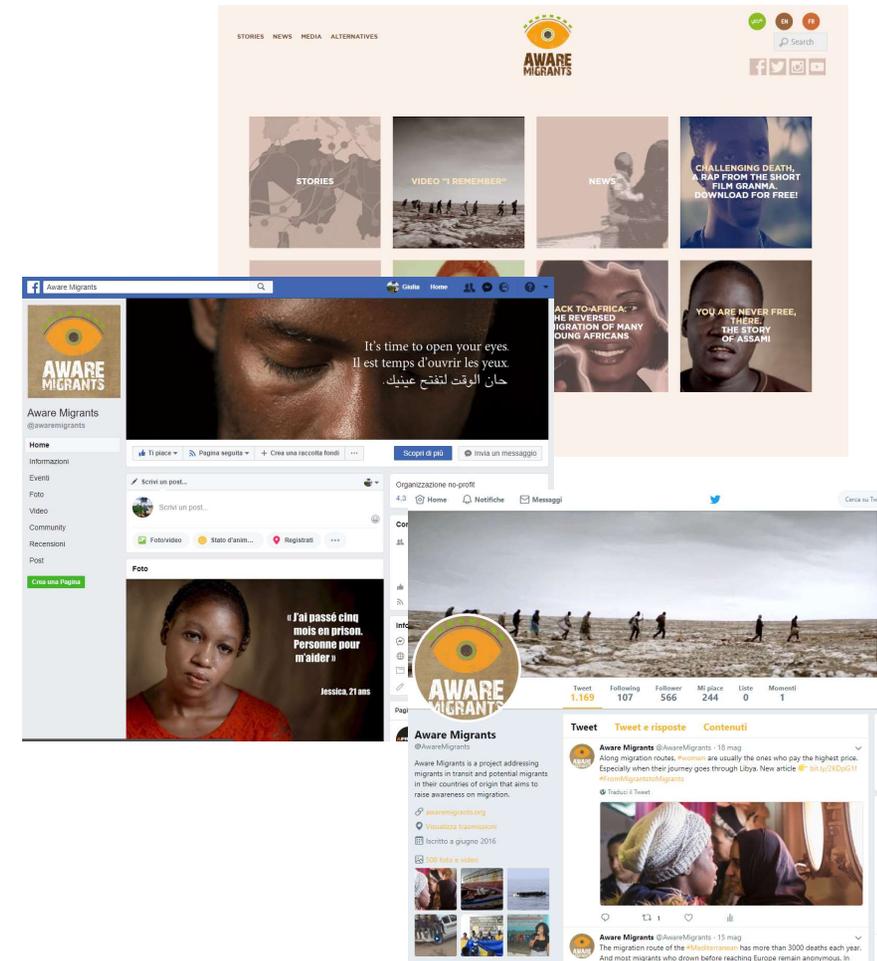
- Più di 50 video-testimonianze
- 40 audio-testimonianze
- 4 mini-documentari
- 4 spot televisivi e 4 spot radiofonici
- Poster and leaflet
- Musica in collaborazione con Rokia Traoré
- Cortometraggio in Nigeria
- Sito internet in tre lingue
- Canali social media
- Circa 20 video-testimonianze di migranti di ritorno in Ghana, Senegal e Niger
- Musica in collaborazione con Coumba Gawlo e Kofi Kinaata
- Raccolta di feedback





COME SENSIBILIZZARE L'OPINIONE PUBBLICA SUI RISCHI DEL VIAGGIO?

1. Una campagna informativa «**unbranded**»: un approccio partecipativo che ne assicuri la condivisione e la sostenibilità dei contenuti.
2. Approccio digitale per massimizzare la diffusione del messaggio tramite i social media (**sito web, Facebook, Twitter**).
2. Diffusione dei contenuti attraverso **radio e TV locali** e una campagna di disseminazione parallela a **livello internazionale**.
3. Organizzazione di **eventi di sensibilizzazione in loco**: cinema e teatro itinerante, eventi con le autorità locali nei paesi target.
4. Coinvolgimento di **influencer** come celebrità nel mondo della musica e dell'arte, organizzazioni della società civile e altre associazioni locali.
5. Promozione di **alternative sostenibili** per rafforzare lo sviluppo locale e la cooperazione economica nei paesi di origine.
6. Coordinamento a livello istituzionale nazionale e internazionale (RDPP Steering Committee, incontri con EUMS in Italia, Belgio, Regno Unito, Malta, Svizzera e Repubblica Ceca)



Social Media

Sito internet:

- 980 news pubblicate
- 495.895 visualizzazioni delle pagine



Facebook:

- 152.000 Likes & Followers
 - Più di 12.000 reazioni
- 32 milioni di visualizzazione dei contenuti

Twitter:

- 566 Follower
- Più di 2.700 reazioni
- Circa 260.000 visualizzazioni di tweet



YouTube:



- 161 Iscritti
- Più di 109.000 visualizzazioni
- Più di 200 video in tre lingue

TV/Radio

- Disseminazione della campagna sui canali di *France 24* e *TV 5 Monde*
- Collaborazione con *World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC)* in Senegal e Niger
- Organizzazione di training per giornalisti in Tunisia e Ghana



Nuova fase di produzione

- Raccolta di testimonianze di migranti di ritorno dall'Italia, dalla Libia e dal Niger
- Raccolta di testimonianze delle famiglie dei migranti
- Raccolta di testimonianze sulla tratta di esseri umani, in particolare dalla Nigeria

Training per giornalisti

- Workshop e training per giornalisti e professionisti del settore dell'informazione, inclusi esponenti delle diaspore
- Training svolti in collaborazione con "Associazione Carta di Roma" in Italia e nei paesi target

Diffusione dei contenuti

- Diffusione della campagna e dei contenuti audiovisivi prodotti tramite canali nazionali e internazionali
- Diffusione su TV/Radio internazionali e locali
- Diffusione dei contenuti anche durante festival e incontri locali



EVENTI DI SENSIBILIZZAZIONE IN LOCO



'D'Où Tu Vas !', Lycee de Missirah, Tambakounda, Jan. 2018





Fine