



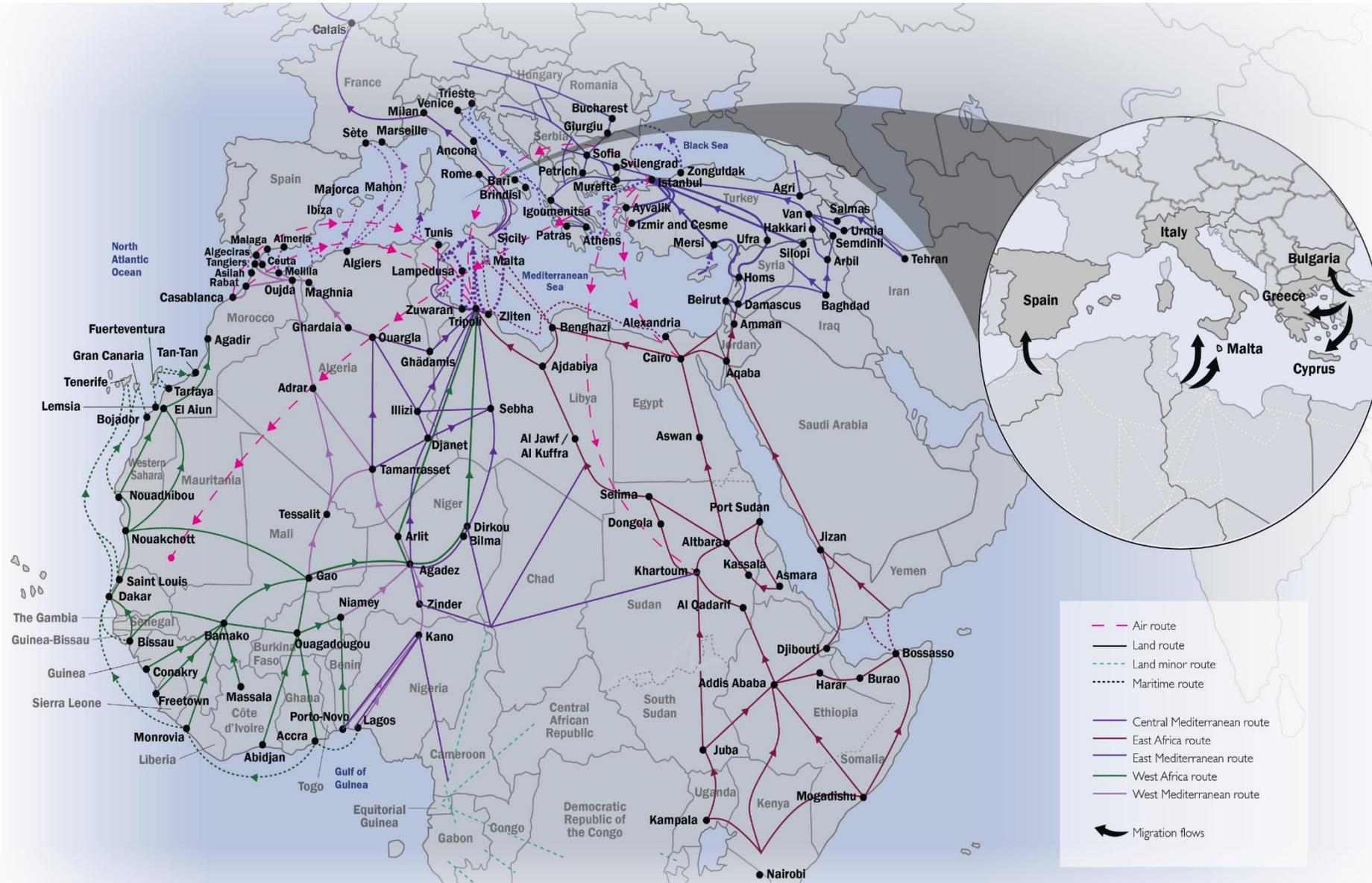
**CAMPAGNA INFORMATIVA AWARE MIGRANTS
2015 - 2020**

CRISI EUROPEA DEI MIGRANTI



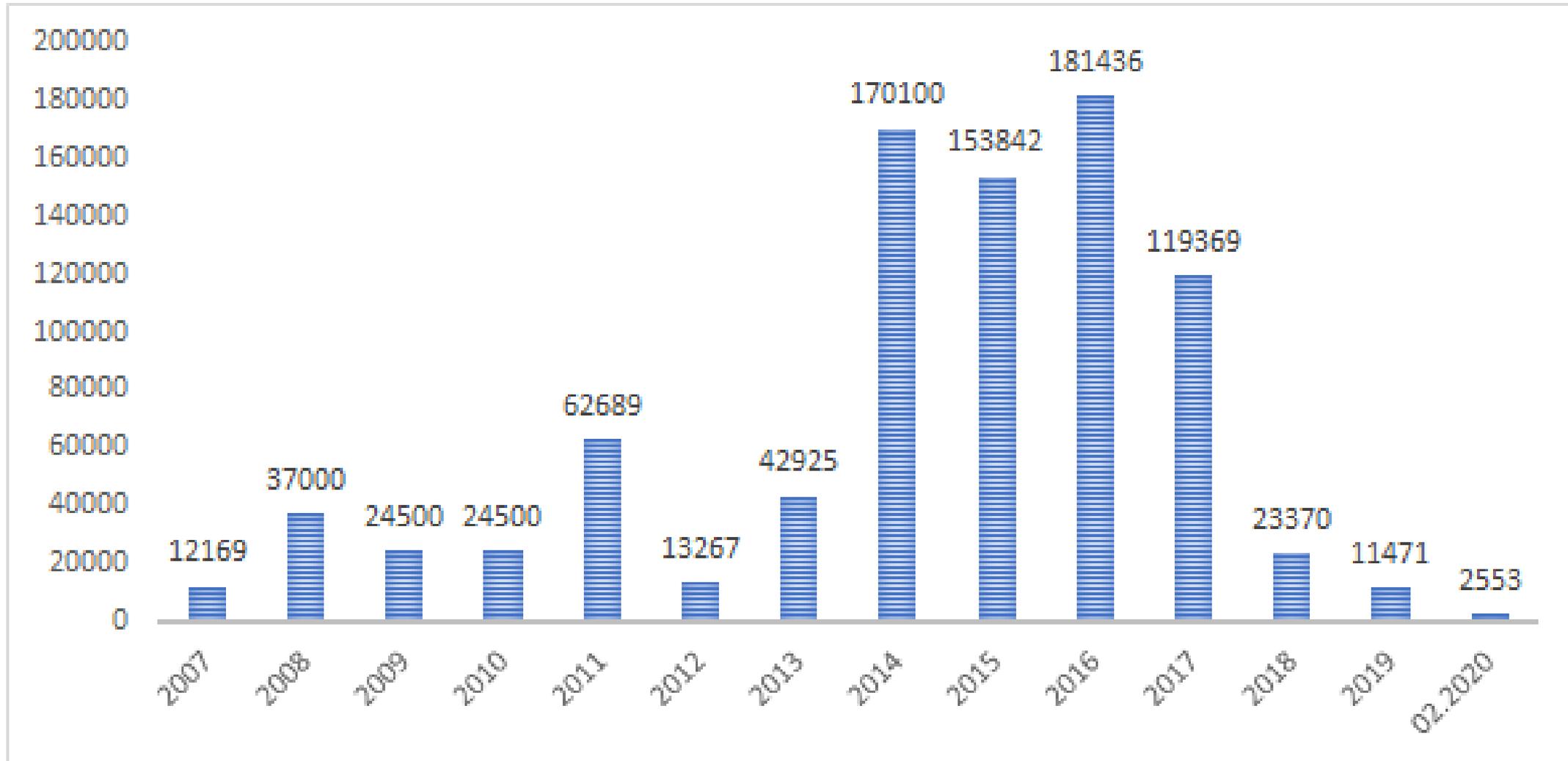
- La crisi europea dei migranti ha avuto inizio intorno al 2011 (dopo «le primavere arabe»), quando un numero sempre crescente di rifugiati e di migranti ha cominciato a spostarsi da altri continenti extra-europei verso l'Unione europea per richiedere asilo, viaggiando attraverso il Mar Mediterraneo, oppure attraverso la Turchia e l'Europa sudorientale
- Nel 2015, nel Mediterraneo centro-meridionale affondarono cinque imbarcazioni che trasportavano quasi 2000 migranti, con un numero di morti stimato a più di 1200 persone. L'OIM ha stimato che i migranti totali morti nel Mediterraneo nel 2015 sono stati 3692 e 153.842 arrivi in Italia (2015: 153.842 - 2016: 181.436 - 2017: 119.369 – 2018: 23.370 - 2019: 11.471 - 02.2020: 2.553)
- Analisi delle informazioni e delle testimonianze dei migranti, raccolte nei punti di sbarco nel sud Italia. Diverse testimonianze hanno riferito di violenze e abusi subiti durante il viaggio attraverso il deserto, in Libia e durante l'attraversamento del Mediterraneo: Gap informativo
 - Agenda europea sulla migrazione
 - Interesse del Ministero dell'interno italiano nello sviluppo di una campagna informativa sui rischi della migrazione irregolare: Aware Migrants

ROTTA MIGRATORIA VERSO L'EUROPA



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

ARRIVI VIA MARE IN ITALIA gennaio 2007 – febbraio 2020



CONTESTO MIGRATORIO – FLUSSI MIGRATORI MISTI



- 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.
- A partire da metà 2017 si è registrato un forte calo di arrivi dalla Libia dovuto alla situazione di estrema instabilità del paese, a un aumento delle attività in mare operate dalle autorità libiche e da altri fattori che hanno reso molto più difficili le partenze dal paese per i migranti. Questo calo fatto sì che altre nazionalità provenienti da paesi diversi dalla Libia sono entrate, seppur con numeri bassi, nelle statistiche degli arrivi via mare in Italia

Arrivi in Italia via mare – Principali paesi di origine

1 gennaio – 31 dicembre 2019/2018/2017
(source: Italian Ministry of Interior)

| Main Countries of Origin | 2019 | 2018 | 2017 |
|---|--------------|---------------|---------------|
| Tunisia | 2.654 | 5.244 | 6.151 |
| Pakistan | 1.180 | 1.589 | 3.138 |
| Costa d'Avorio | 1.139 | 1.064 | 9.507 |
| Algeria | 1.009 | 1.213 | 2.310 |
| Iraq | 972 | 1.744 | 1.742 |
| Bangladesh | 602 | 349 | 9.009 |
| Iran | 481 | 269 | 463 |
| Sudan | 446 | 1.619 | 6.221 |
| Guinea | 295 | 810 | 9.701 |
| Somalia | 270 | 346 | 2.870 |
| Marocco | 264 | 382 | 6.003 |
| <u>TOTAL ALL Countries of Origin</u> | 9.312 | 14.629 | 57.115 |

CONTESTO & OBIETTIVI DELLA CAMPAGNA INFORMATIVA



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



SVILUPPO DELLA CAMPAGNA INFORMATIVA



Aware Migrants -Lancio e implementazione - 2015.2020

– 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 – febbraio 2020

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 2018.2020

– Fondi: Austria

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



PRODUZIONE

- Oltre 200 testimonianze, tra testimonianze audio, mini documentari e testimonianze video di migranti e delle loro famiglie (in Italia, nei paesi di transito e nei paesi di origine)
- 1 canzone ad hoc per la campagna informativa con la cantante Rokia Traoré
- 2 video con le cantanti Rokia Traore e Coumba Gawlo
- 4 spot televisivi e 4 spot radiofonici
- 1 film di 35 minuti intitolato “Granma” e girato in Nigeria (co-registi, il nigeriano Alfie Nze e l’italiano Daniele Gaglianone)
- Sito internet in tre lingue
- Canali social media
- Raccolta di feedback



TV/Radio

- Più di 280 trasmissioni della campagna Aware Migrants su 48 radio locali e su canali internazionali (France 24 e TV5 Monde)
- Partnership con le associazioni dei media (World Association of Community Radio Broadcasters (AMARC) e “Associazione Carta di Roma”)
- Partnership con radio locali per produrre programmi radio ("Abroad Mata" in Nigeria, Capsule "Parlons migrations" in Tunisia, ecc.)
- Coinvolgimento dei media con le comunità locali attraverso iniziative innovative di scambio e dibattito sulla migrazione («Radios de quartiers»)
- Attività di networking tra giornalisti italiani e giornalisti provenienti dai paesi di origine: formazioni, workshops e visite di studio (800 giornalisti, 12 formazioni in Italia e 6 workshop sui media nei paesi target)



Social Media

Sito internet:

- 1.294 news pubblicate
- 666.847 visualizzazioni delle pagine

Facebook:



- 290.639 Likes & Followers
- 141.764 reazioni, commenti e condivisioni
- 44.598.558 visualizzazioni dei contenuti

Twitter:

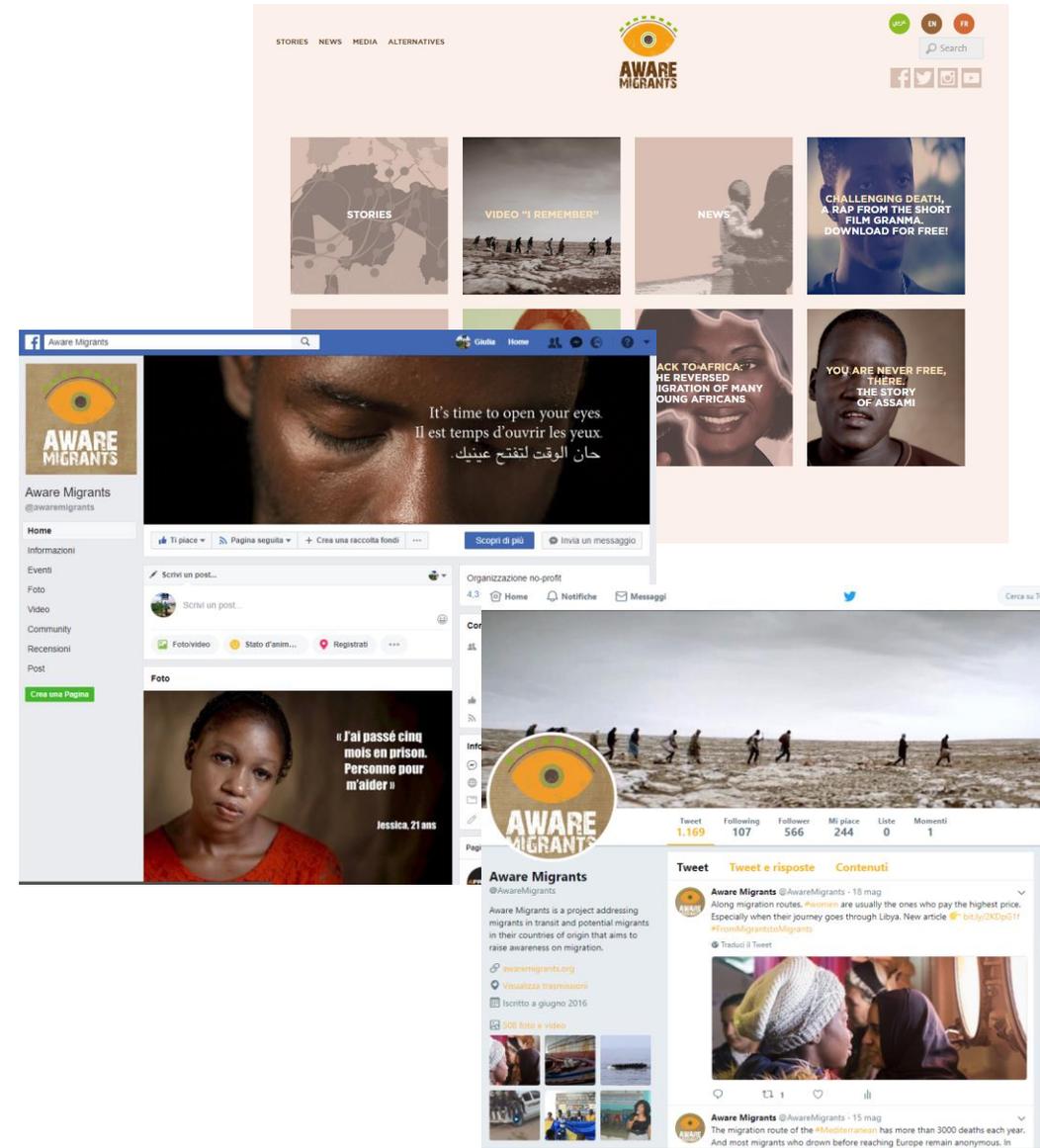
- 566 Follower
- Più di 2.700 reazioni
- Circa 260.000 visualizzazioni di tweet



YouTube:



- 239 Iscritti
- Più di 130.000 visualizzazioni
- Più di 270 video in tre lingue



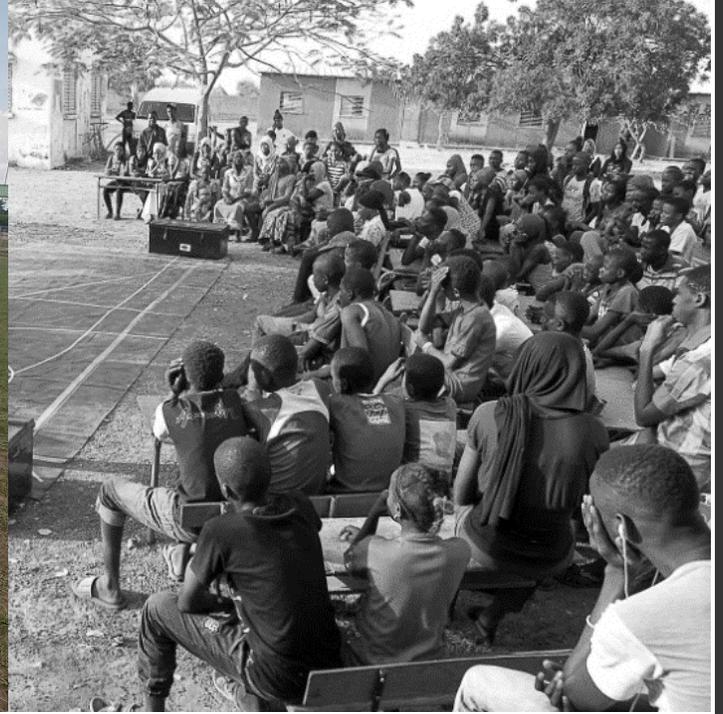
Eventi di sensibilizzazione

- 500 eventi di sensibilizzazione (festival, concerti, incontri nelle scuole, workshops...) con il coinvolgimento di circa 500.000 partecipanti dal lancio della campagna nel 2016
- Collaborazione con migranti di ritorno e influencer locali tra cui: Slam O'féminin, Orchestre Jigeen Ni, Big Makhou, Rokia Traoré, Coumba Gawlo, Julius Aghahowa





DISSEMINAZIONE





Fine