



Guida per la presentazione di una richiesta di sostegno

Richiesta di progetto per viaggi di studio e i viaggi stampa, per il tramite di «DFDA Activities»

La presente guida descrive i criteri di contenuto e di forma richiesti da Presenza Svizzera per sostenere i viaggi di studio e stampa nel settore della comunicazione internazionale ed è rivolta ai responsabili di progetti presso le rappresentanze svizzere all'estero che desiderano inoltrare una richiesta di sostegno logistico e/o finanziario per i loro viaggi di studio o viaggi stampa a Presenza Svizzera.

1. Mandato concernente la comunicazione internazionale

Il mandato relativo alla comunicazione internazionale è definito nella **legge federale concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero** (RS 194.1) e nella relativa **ordinanza** (RS 194.11) e trova concreta attuazione nella **strategia della comunicazione internazionale 2016-2019 adottata dal Consiglio federale**. Su questi testi si fondano i criteri elencati qui di seguito, che vengono presi in considerazione nella valutazione delle richieste di sostegno. Un viaggio di studio/viaggio stampa può essere accettato solamente se la richiesta soddisfa tutti i criteri di forma e la maggior parte dei criteri di fondo.

2. Comunicazione internazionale e promozione degli interessi settoriali

Presenza Svizzera è responsabile della comunicazione, rivolta a un pubblico straniero, sui temi definiti nella strategia della comunicazione internazionale 2016-2019 adottata dal Consiglio federale. Può sostenere progetti volti a diffondere tali temi e, per adempiere al proprio compito, ricorre a vari strumenti e canali, come mezzi di comunicazione, social media, eventi, inviti a delegazioni straniere ecc. Per la comunicazione internazionale si privilegia la combinazione di vari strumenti e misure.

Presenza Svizzera collabora attivamente con le unità amministrative specializzate della Confederazione o delle organizzazioni svizzere alle quali è stato conferito un mandato legale, come la DSC, swissnex, Pro Helvetia, Svizzera Turismo e Switzerland Global Enterprise. Il sostegno a progetti volti a favorire esclusivamente interessi settoriali in materia di cultura, turismo, scienze, promozione delle esportazioni e della piazza economica svizzera, sicurezza umana e cooperazione allo sviluppo può quindi essere oggetto di una collaborazione tra gli enti direttamente interessati e Presenza Svizzera.

3. Ammissione di una richiesta di sostegno

Le richieste di sostegno possono essere inoltrate dalle **rappresentanze svizzere ufficiali all'estero** (ambasciate, consolati, missioni, uffici di cooperazione).

Presenza Svizzera non entra in materia sulle richieste presentate direttamente da terzi, ma questi hanno comunque la facoltà di inoltrarle tramite le rappresentanze all'estero.

Presenza Svizzera dispone di un budget annuo, una parte del quale è destinata a viaggi di studio/viaggi stampa delle rappresentanze all'estero. Poiché tale budget è utilizzato in base alle priorità strategiche della comunicazione internazionale, non è possibile soddisfare tutte le richieste di sostegno.

4. Obiettivo strategico principale

La comunicazione internazionale contribuisce a tutelare gli interessi della Svizzera all'estero. È uno strumento che serve ad analizzare la percezione della Svizzera all'estero e a prevedere le opportunità e i rischi per l'immagine. Diffonde la politica e le posizioni della Svizzera in modo coerente, presentandole in una forma adatta ai destinatari nonché attraverso canali appropriati ed evidenziandone soprattutto i punti di forza. La comunicazione internazionale contribuisce così a diffondere un'immagine positiva e differenziata della Svizzera: un'immagine che può a sua volta influenzare le decisioni all'estero e aiutare la Svizzera a difendere i propri interessi a livello internazionale.

Partendo da questo obiettivo generale, la strategia definisce tre obiettivi in materia di percezione particolarmente indicati per influenzare positivamente le decisioni prese all'estero.

4.1. Obiettivi strategici in materia di percezione

1. La Svizzera viene percepita come Paese innovativo e competitivo

Questo obiettivo riguarda in particolare le opinioni sulle competenze, sull'efficienza e sulla competitività della Svizzera..

2. La Svizzera viene percepita come Paese solidale e responsabile

Questo obiettivo riguarda in particolare le opinioni sui valori e sulle norme della Svizzera e sulla sua disponibilità ad agire con responsabilità nei confronti delle persone e delle basi naturali della vita.

3. La Svizzera viene percepita come Paese con un'alta qualità della vita e una piazza economica forte

Questo obiettivo riguarda in particolare le opinioni sulle condizioni quadro e di vita in Svizzera, sull'attrattiva del Paese e sulle qualità della sua piazza economica.

5. Criteri di fondo

- a. Il viaggio di studio/viaggio stampa è perfettamente in linea con l'analisi dell'immagine della Svizzera nel Paese in questione e con la relativa strategia di comunicazione, definite in base alle linee guida per l'analisi dell'immagine ([link](#)), e alla griglia di orientamento per Paese relativa alla strategia della comunicazione internazionale 2016-2019 ([link](#)).
- b. Basato sulla strategia inerente al Paese in questione, il viaggio di studio/viaggio stampa
 - tiene conto delle opportunità e delle sfide in materia di comunicazione internazionale sul posto;
 - è incentrato sui tre obiettivi strategici in materia di percezione fissati dalla strategia della comunicazione internazionale 2016-2019;
 - verte su uno o più temi prioritari della strategia della comunicazione internazionale 2016-2019;
 - trasmette uno o più messaggi chiave a gruppi di destinatari definiti;
 - nel caso ideale, è realizzato in collaborazione con organizzazioni partner o con il settore privato;
 - ha un impatto sostenibile e, per quanto possibile, misurabile;
 - presenta un rapporto costi/benefici equilibrato.
- c. Le direttive riguardanti l'identità visiva della comunicazione internazionale sono applicate a tutti i mezzi di comunicazione utilizzati nell'ambito del viaggio di studio/viaggio stampa.
- d. Il viaggio di studio/viaggio stampa viene divulgato per quanto possibile attraverso i social network, anche prima della sua attuazione concreta.

6. Criteri di forma

- a. Finché la richiesta non viene accettata da Presenza Svizzera, il richiedente non contrae **alcun impegno vincolante** che presupponga il sostegno ~~finanziario~~ atteso. In questo modo, qualora Presenza Svizzera non dovesse approvare il viaggio di studio/viaggio stampa, il richiedente avrà ancora la possibilità di sospenderlo oppure di cercare un altro sostegno ~~fonti di finanziamento~~.

- b. I **richiedenti esterni al DFAE** che sono anche potenziali partner di una rappresentanza svizzera e che desiderano realizzare un viaggio di studio/viaggio stampa **devono innanzitutto contattare la rappresentanza competente al fine di valutare con quest'ultima**, già nella fase di pianificazione, **la fattibilità del** viaggio di studio/viaggio stampa, **la sua pertinenza con la strategia di comunicazione internazionale e le possibilità** di ottenere un sostegno finanziario da parte di Presenza Svizzera.
- c. Quanto più ampio è l'anticipo con cui una richiesta per un viaggio di studio/viaggio stampa viene sottomessa a Presenza Svizzera, tanto maggiori sono le possibilità di ottenere un sostegno. Se la rappresentanza prevede diversi progetti, al più tardi entro la fine di novembre dell'anno in corso occorre trasmettere a Presenza Svizzera la pianificazione per l'anno successivo. Una pianificazione tempestiva accresce infatti le possibilità di ottenere il supporto di Presenza Svizzera in termini di consulenza e assistenza, oltre che di mezzi finanziari.
- d. Se non viene effettuata una pianificazione delle attività (cfr. lett. c), la rappresentanza svizzera che intende realizzare un viaggio di studio/viaggio stampa **deve contattare il prima possibile** – ossia già nella fase di pianificazione – **Presenza Svizzera, per valutare la possibilità** di ottenere un sostegno finanziario. La richiesta formale vera e propria deve poi essere inviata dalla rappresentanza **al più tardi tre mesi** prima della realizzazione del progetto tramite la piattaforma online «FDFA Activities» (<https://intranet.fdfaactivities.eda.admin.ch>).

7. Motivi di non entrata in materia o di rigetto della richiesta di sostegno

- a. **Le condizioni e i criteri formali** definiti da Presenza Svizzera **non sono soddisfatti** (cfr. n. 1, 2, 3, 4 e 5).
- b. La richiesta non può essere valutata perché **la documentazione relativa al progetto non è chiara oppure è incompleta**.
- c. Il richiedente ha contratto **impegni** che presuppongono il sostegno finanziario atteso prima di aver ricevuto una **conferma scritta di assunzione dei costi** oppure la richiesta riguarda il **finanziamento a posteriori** di un progetto già realizzato senza il sostegno di Presenza Svizzera.
- d. La richiesta punta a un **finanziamento continuo o ricorrente** da parte di Presenza Svizzera, ossia a un finanziamento che va al di là di un sostegno finanziario iniziale di durata limitata accordato a un'istituzione o a un progetto che si protrae su più anni.
- e. Il viaggio di studio/viaggio stampa mira unicamente alla promozione diretta di un settore o di una persona.

8. Trattamento della richiesta presentata

- a. Se la richiesta è accettata, il richiedente riceve da Presenza Svizzera una **conferma** da Presenza Svizzera, nella quale sono specificati genere e importo del sostegno nonché altre condizioni quadro relative al sostegno. Se necessario, Presenza Svizzera conclude con il richiedente un contratto che disciplina la collaborazione, i diritti e gli obblighi delle parti.
- b. Se una richiesta è **respinta**, Presenza Svizzera comunica l'esito negativo **per iscritto**.
- c. **Valutazione del viaggio di studio/viaggio stampa** nel caso in cui **Presenza Svizzera è responsabile del progetto**: il richiedente valuta e documenta il viaggio (feedback orale e scritto a Presenza Svizzera e monitoraggio dei media) in base alla conferma.
- d. **Valutazione del viaggio di studio/viaggio stampa** nel caso in cui **il richiedente è responsabile del progetto**: dopo aver effettuato il viaggio il richiedente invia a Presenza Svizzera un rapporto finale con conteggio finale e copie delle pubblicazioni e dei contributi relativi al viaggio (secondo quanto stabilito nel contratto).

Link

- [Strategia della comunicazione internazionale 2016–2019](#)
- [Accesso alla piattaforma FDFA Activities](#)

Guida per la presentazione di una richiesta di sostegno, versione valida da settembre 2016