



European Roma Information Office

# Guida all'avvocatura per attivisti rom



2014



**Per ulteriori informazioni contattare:**

Tel: +32 273 33 462 E-mail: [office@erionet.eu](mailto:office@erionet.eu)

**L'European Roma Information Office (ERIO)** è un'organizzazione internazionale di tutela che promuove il dibattito politico e pubblico sulle questioni legate all'etnia rom fornendo informazioni alle istituzioni dell'Unione Europea, alla società civile e ai governi. Il suo obiettivo è combattere il razzismo e le discriminazioni contro i rom utilizzando il suo ampio network, l'aumento della consapevolezza, il lobbying e lo sviluppo di politiche su tali temi.

[www.erionet.eu](http://www.erionet.eu) - [www.facebook.com/erionet.eu](https://www.facebook.com/erionet.eu) - [www.twitter.com/ERIO\\_EU](https://www.twitter.com/ERIO_EU)

**Traduzione in italiano:** Martina Zuliani



*Questa pubblicazione è stata co-sponsorizzata dal Programma PROGRESS dell'Unione Europea. Le informazioni in essa contenute non riflettono necessariamente le posizioni e le politiche della Commissione Europea.*



# Indice

<b>Abbreviazioni</b> .....	6
<b>Introduzione</b> .....	7
<b>Parte1 – Introduzione all’avvocatura</b> .....	11
1.1 - Cos'è l'avvocatura? .....	13
1.2- Alcuni principi del patrocinio.....	15
<b>Parte2– Il processo di avvocatura</b> .....	17
1-Identificare lo scopo del patrocinio.....	20
2-Identificare le problematiche e le iniziative.....	22
3-Identificare il pubblico.....	24
4-Le aree di influenza.....	28
5-Sviluppare messaggi chiave.....	30
6-Entrare in azione.....	33
7-Lavorare con i mass media.....	36
8-Raccolta fondi.....	39
9-Valutare i propri risultati.....	41
<b>Parte3–Attività di patrocinio</b> .....	43
<b>Parte4– Sfide chiave affrontate dagli attivisti rom e le loro possibili soluzioni</b> .....	49

## Abbreviazioni

---

DG	Direttorio Generale
DGI	Direttori Generali
CE	Commissione Europea
UE	Unione Europea
FRA	Fundamental Rights Agency
MPE	Membri del Parlamento Europeo
ONG	Organizzazioni Non Governative
SNIR	Strategia Nazionale d’Inclusione dei Rom

# Introduzione

---

## *Perché questa guida?*

Assicurare la piena partecipazione dei rom è di enorme importanza per raggiungere la loro piena inclusione sociale. La raccomandazione del Consiglio riguardante le misure di integrazione effettiva dei rom dichiara che gli Stati membri debbano sviluppare e supportare *“la cittadinanza attiva dei rom tramite la promozione della loro partecipazione sociale, economica, politica e culturale alla società, anche a livello locale, dato che la partecipazione e il coinvolgimento attivi dei rom stessi, dei loro rappresentanti e delle loro organizzazioni è cruciale per il miglioramento delle loro condizioni di vita e per l’aumento della loro inclusione sociale”*. La partecipazione dei rom è necessaria per creare politiche di successo e per avere un impatto sulle loro comunità. La partecipazione attiva dei rom nella creazione, nell’implementazione, nel monitoraggio e nella valutazione delle politiche e dei progetti è vista come cruciale per lo sviluppo di politiche efficaci. Ad esempio, il decimo principio dei 10 Principi Base dell’Inclusione dei Rom richiama alla *“Partecipazione attiva dei rom”* e la Cornice Europea per le Strategie Nazionali di Inclusione dei Rom con obiettivo 2020 dichiarano che le Strategie Nazionali d’Inclusione dei Rom (SNIR) debbano *“essere disegnate, implementate e monitorate con la cooperazione costante e il continuo dialogo con la società civile rom”*.

Nonostante la raccomandazione della Commissione Europea

---

<sup>1</sup> [http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms\\_data/docs/pressdata/en/lisa/139979.pdf](http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/lisa/139979.pdf)

<sup>2</sup> [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32013H1224\(01\) - Point 2.8.](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32013H1224(01) - Point 2.8.)

<sup>3</sup> [http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2011\\_10\\_Common\\_Basic\\_Principles\\_Roma\\_Inclusion.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2011_10_Common_Basic_Principles_Roma_Inclusion.pdf)

<sup>4</sup> [http://ec.europa.eu/justice/policies/discrimination/docs/com\\_2011\\_173\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/policies/discrimination/docs/com_2011_173_en.pdf)

agli Stati membri di coinvolgere attivamente e largamente i rom nell'implementazione delle SNIR, tali comunità non sono state effettivamente consultate. Questa guida è stata pensata per sostenere ed assistere gli attivisti della società civile rom così come i responsabili di progetto nella creazione di campagne di avvocatura per la lotta alla discriminazione e per migliorare le loro capacità di patrocinio per aumentare l'implementazione delle SNIR e delle politiche di inclusione e di lotta alla discriminazione europee, nazionali e locali.

Questa guida fornisce delle linee guida per entrare in azione per l'inclusione dei rom a livello locale, nazionale ed europeo. La sua idea di base è che vi sia il bisogno di promuovere le organizzazioni rom di patrocinio, soprattutto a livello di gruppi locali, di rete e di organizzazioni, grazie alla condivisione di informazioni e di capacità di avvocatura. L'obiettivo di questa guida è offrire consigli agli attivisti rom per la pianificazione e la creazione di azioni di avvocatura effettive ed efficaci, per consentire loro di far sentire la propria voce e per garantire lo sviluppo dell'inclusione dei rom in tutta Europa.

Anche se questa guida è stata scritta soprattutto come strumento per le azioni di patrocinio nel campo dell'inclusione dei rom, può essere utilizzata come base da attivisti lavoranti in altri settori. La prima parte delinea i principi generali dell'avvocatura nell'inclusione dei rom. Essa è seguita dalla parte seconda, una guida passo a passo del processo di avvocatura e del lavoro coi mass media. La parte terza fornisce esempi di attività di patrocinio. La parte quarta comprende domande frequenti sull'avvocatura e sulle sfide affrontate dagli attivisti rom, nonché le possibili



soluzioni per risolverle.



# **Parte 1**

## **Introduzione all'avvocatura**



# Parte 1 – Introduzione all'avvocatura

---

## 1.1 Cos'è l'avvocatura?

Lo scopo dell'avvocatura è di influenzare i decisori politici, le politiche e/o i programmi a livello locale, regionale, nazionale, europeo e/o internazionale.

L'avvocatura consiste in...

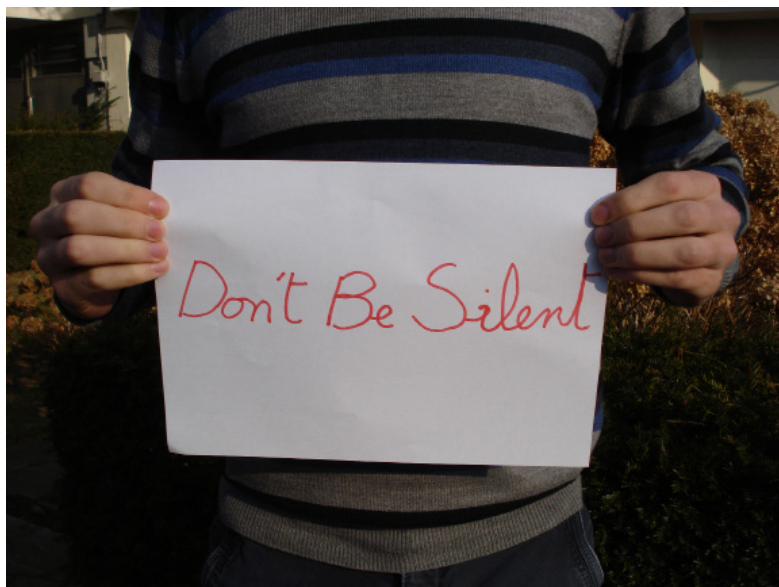
- parlare in nome di qualcuno
- aiutare qualcuno nel parlare per sé stesso
- lottare per i propri diritti o per i diritti altrui
- fornire soluzioni ai problemi

L'avvocatura è un modo per...

- cambiare e/o influenzare le politiche e le prassi
- cambiare e/o influenzare le relazioni di potere
- cambiare e/o influenzare gli atteggiamenti e i comportamenti

Ad esempio, patrocinare quando:

- parlate per e con le persone che solitamente non vengono ascoltate e le aiutate ad esprimere le proprie opinioni e a compiere le proprie decisioni
- vi assicurate che i gruppi socialmente svantaggiati (ad esempio, i rom) abbiano le stesse opportunità di vita della popolazione maggioritaria (ad esempio, i gagé)
- sfidate l'esclusione sociale e la discriminazione affrontata da molti (ad esempio, dai rom) e che porta ad abusi e a perdita dei diritti



## 1.2 Alcuni principi del patrocinio nell'inclusione dei rom

Anche se la situazione socio-economica delle comunità rom nei diversi Stati membri può variare, vi sono comunque dei principi base che possono essere applicati come comuni denominatori e che possono essere usati nello sviluppo di azioni di advocacy.

Questi principi includono i 10 Principi Base Comuni nell'Inclusione dei Rom<sup>5</sup> forniti dal Consiglio dell'UE:

1. Politiche costruttive, pragmatiche e non-discriminatorie
2. Target esplicito ma non esclusivo
3. Approccio interculturale
4. Puntare al generale
5. Coscienza della dimensione di genere
6. Condivisione di politiche testate
7. Uso degli strumenti comunitari
8. Coinvolgimento delle autorità regionali e locali
9. Coinvolgimento della società civile
10. Partecipazione attiva dei rom

---

<sup>5</sup> [http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2011\\_10\\_Common\\_Basic\\_Principles\\_Roma\\_Inclusion.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2011_10_Common_Basic_Principles_Roma_Inclusion.pdf)





## **Parte 2**

# **Il processo di avvocatura**



## Parte 2 - Il processo di advocacy

---

L'advocacy è una dinamica che possiede diversi stadi. Essi devono essere visti come flessibili poiché potrebbero avvenire simultaneamente, progressivamente o in modo inverso. Verrete guidati attraverso i passaggi necessari allo sviluppo delle vostre strategie. Questi passaggi sono:

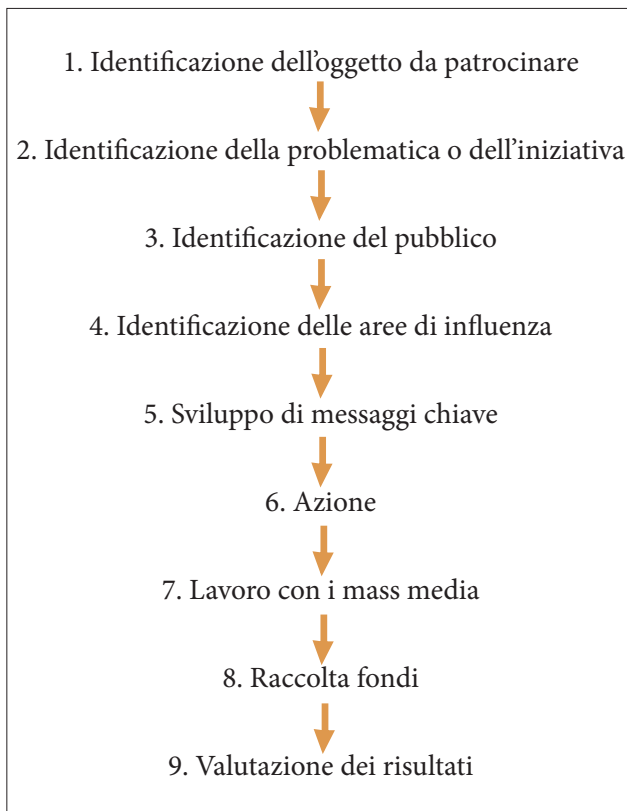


Figura 1: Il processo di advocacy

## 1 - Identificazione dell'oggetto da patrocinare

### ► *Qual è il livello della mia azione di avvocatura: locale, nazionale e/o europeo?*

Il primo passo nello sviluppo di un'azione di patrocinio è l'identificazione del livello a cui volete condurre le vostre attività. Potete agire a livello locale, nazionale e/o europeo.

Di seguito troverete i fattori da prendere in considerazione nel decidere il vostro livello d'azione.

#### *Perché a livello locale?*

- L'implementazione pratica della vostra azione di di patrocinio avviene a livello locale.
- Le autorità locali hanno meno familiarità con le politiche europee.
- Il livello locale è l'ultimo anello della catena amministrativa nell'implementazione dei progetti e nell'uso dei fondi.

#### *Perché a livello nazionale?*

- Molte attività di sensibilizzazione e di aumento della coscienza riguardo ai problemi affrontati dai rom avvengono a livello nazionale.
- La distribuzione di fondi strutturali e i supporti alle politiche dipendono dalle autorità nazionali.
- Le decisioni politiche prese a livello nazionale vengono trasmesse a quello locale.

### *Perché a livello europeo?*

- Ciò che volete promuovere è rilevante in tutti i livelli. Le problematiche affrontate dai rom non sono isolate a livello locale o nazionale. Esse sono problematiche diffuse a livello europeo ed identificate nell'agenda dell'UE. Usate gli strumenti regionali.
- Le decisioni prese a livello europeo sono trasmesse a quello nazionale. L'UE richiede che gli Stati Membri seguano le politiche e le legislazioni europee.



## 2 - Identificazione della problematica e dell'iniziativa

- ▶ *Qual è la vera causa della situazione?*
- ▶ *Perché è necessario cambiare le cose?*

Importante è che voi identifichiate una problematica sulla quale lavorare. Dovete identificare la problematica o l'iniziativa su cui basare il vostro lavoro di avvocatura. Più familiare vi sarà la situazione, più persuasivi risulterete. Questo passo richiede l'esame della situazione che vorreste prendere in considerazione. Ad esempio, esaminare la situazione attuale vi aiuterà a capire come esse dovrebbe cambiare. Una volta completata l'analisi sarete capaci di identificare cosa e chi dovrebbe cambiare e perché il cambiamento risulti necessario.

*Fattori a livello locale:*

- Promuovere l'idea dell'integrazione dei rom attraverso l'arte insieme al gruppo di indirizzo del progetto, ai finanziatori e ai decisori politici.
- Azione di lobby rivolta alle autorità locali per la creazione di programmi educativi e culturali e di attività sull'arte rom.
- Azione di lobby per la trasposizione della Strategia Nazionale di Inclusione dei Rom e per l'inclusione dello sport come strumento di inclusione dei rom a livello regionale.
- Pressione sulle autorità locali per una trasposizione effettiva della Strategia Nazionale di Inclusione dei Rom e per l'implementazione delle Raccomandazioni del Concilio.

*Fattori a livello nazionale:*

- Azione di lobby ai decisori politici per includere i bambini rom attraverso l'arte come priorità nella Strategia Nazionale di Inclusione dei Rom.
- Creazione di una coalizione di avvocatura a livello nazionale con le ONG rom.
- Azione di lobby per inserire la cultura rom nel curriculum scolastico nazionale.
- Pressione sulle autorità nazionali per una trasposizione effettiva della Strategia Nazionale per l'Inclusione dei Rom a livello nazionale e per l'implementazione delle Raccomandazioni del Concilio.

*Fattori a livello europeo:*

- Azione di lobby per il riconoscimento europeo dell'Olocausto di Rom e Sinti.
- Azione di lobby per essere accettati come partner nella promozione dell'arte come strumento educativo nell'inclusione dei rom.
- Promozione dell'idea di educazione artistica per la cittadinanza attiva come retaggio dell'Anno Europeo per la Cittadinanza Attiva 2013.

### 3 - Identificazione del pubblico

► *Chi vorreste influenzare?*

► *Chi sono le persone che prendono le decisioni politiche (ad esempio, l'Ue, i governi, le autorità locali)?*

► *Chi potrebbe influenzare le decisioni (ad esempio, i mass media, i consulenti)?*

Dopo aver identificato la problematica e gli obiettivi, dovere scegliere le persone o i gruppi a cui dirigere il vostro messaggio. Il vostro messaggio di patrocinio può essere diretto a diversi tipi di pubblico: il pubblico generale, le ONG, i politici, i governi o i decisori politici. Per condurre azioni di advocacy effettivi, bisogna determinare chi siano le persone più influenti e i gruppi da coinvolgere nella vostra attività.

Una distinzione dev'essere fatta tra il pubblico **primario** e quello **secondario**.

- Il pubblico **primario** include i decisori politici con l'autorità di influenzare direttamente la riuscita della vostra azione.

- Il pubblico **secondario** è composto dagli individui e dai gruppi capaci di influenzare i decisori politici (gruppo primario). Essi potranno essere alleati (persone supportanti il vostro obiettivo), neutrali (persone che non supportano né si oppongono alla vostra azione) o oppositori (persone che non supportano il vostro obiettivo).



La tabella 1 mostra esempi di pubblico primario e secondario.

<p> <b>Pubblico primario</b> </p>	<p>                     Ministro per l’Educazione, Primo Ministro, Membri del Parlamento, Membri del Parlamento Europeo, Commissari UE, Presidenti della Commissione Europea, DGi, Sindaci.                 </p>
<p> <b>Pubblico secondario</b> </p>	<p>                     Staff dei Membri del Parlamento Europeo e dei Parlamenti Nazionali, consiglieri del Ministro per l’Educazione e dei Primo Ministro, ONG chiave, funzionari politici, organizzazioni partner, unioni degli insegnanti, giornali e programmi radio.                 </p>

Tabella 1: Esempi di pubblico primario e secondario

**CONSIGLIO:** Provate a esaminare le caratteristiche del vostro pubblico. Ad esempio, scoprite il loro livello di conoscenza e le loro attitudini sull’inclusione dei rom o su argomenti simili. Questo può essere fatto leggendo le loro opinioni, interviste, ascoltando i loro discorsi, ecc. Fare ricerca sul vostro pubblico vi aiuterà a capire quale supporto avrete nella vostra azione di advocacy (vedi tabella 2).

<p>Tipo di pubblico</p>	<p>Conoscenza</p>	<p>Visioni/attitudini</p>	<p>Interessi</p>
<p><i>Definite il vostro pubblico</i></p>	<p><i>Cosa sa il pubblico sull’inclusione dei rom?</i></p>	<p><i>Quali sono le attitudini del pubblico sulle problematiche vissute dai rom?</i></p>	<p><i>Quali sono gli interessi del pubblico (anche quelli non collegati all’etnia rom)?</i></p>

Qui di seguito troverete degli esempi su come identificare un organismo rilevante, un'istituzione o una persona verso i quali indirizzare la vostra azione di advocacy.

### **A livello europeo**

- Commissione Europea (Commissari, DG e Direttori di Unità):
  - DG sulla Giustizia: se la vostra azione mira soprattutto a lottare contro la discriminazione o ad aumentare l'inclusione sociale dei rom
  - DG per il Lavoro, gli Affari Sociali e l'Inclusione: se la vostra azione punta all'inclusione sociale dei rom
  - DG per l'Educazione e la Cultura: se la vostra azione mira soprattutto a migliorare la situazione educativa dei rom e/ a promuovere la cultura rom
  - DG per la Salute e i Consumatori: se la vostra azione mira a migliorare le condizioni di salute dei rom
  - DG per l'Ampliamento: se la vostra azione mira all'inclusione dei rom nei Paesi candidati
  
- Parlamento Europeo: MPE coinvolti nell'inclusione dei rom o in altre tematiche ad essa legate
  
- Comitato Economico e Sociale Europeo
  
- Comitato delle Regioni
  
- Mass media a livello europeo
  
- Rappresentanti degli Stati Membri dell'UE

## **A livello nazionale**

- Istituzione Nazionale per i rom
- Ministri
- Ministero degli Affari Sociali
- Mass media nazionali
- Sindacati
- Polizia

## **A livello locale**

- Governatori delle regioni e sindaci
- Mass media locali
- Presidi delle scuole
- Genitori e associazioni dei genitori
- Assistenti sociali
- Psicologi scolastici

## 4 - Identificazione delle aree di influenza

Vi sono diverse aree che potreste considerare nella vostra azione di influenza tramite il patrocinio. Queste aree sono quella legislativa, quella politica, quella esecutiva e quella amministrativa. Potete decidere di focalizzarvi su una o più aree. Potreste considerare altresì:

- I livelli politici, esecutivi ed amministrativi nazionali e locali
- Il livello politico europeo

Nel caso in cui decideste di avere come obiettivo le politiche, studiate quelle già adottate.

Ad esempio:

### ***A livello nazionale:***

- Strategia Nazionale di Inclusione dei Rom
- Programmi scolastici nazionali

### ***A livello dell'UE:***

- La Cornice UE per le Strategie Nazionali di Inclusione dei Rom
- Le Strategie Nazionali di Inclusione dei Rom
- La Strategia UE 2020
- Le Comunicazioni UE sull'educazione e il dialogo interculturale
- La Raccomandazione della Commissione Europea “*Investire nei bambini: interrompere il circolo dello svantaggio*”

Potreste anche indirizzare la vostra azione alle iniziative correnti e future sui rom e alle politiche verso le quali iniziare azioni di lobby.

Ad esempio:

***A livello nazionale:***

- Trasposizione della SNIR a livello regionale e locale
- Trasposizione della Raccomandazione del Consiglio sulle misure effettive per l'inclusione dei rom
- Eventi nazionali riguardanti i rom

***A livello europeo:***

- Le Raccomandazioni della Commissione Europea per un'effettiva implementazione della SNIR (dal report annuale sui progressi redatto dalla Commissione Europea
- Raccomandazioni del Consiglio sulle misure effettive di inclusione dei rom
- Opinioni esplorative redatte dal Comitato Economico e Sociale Europeo
- Opinioni esplorative redatte dal Consiglio delle Regioni
- Risoluzioni del Parlamento Europeo
- Eventi europei riguardanti i rom
- Eventi chiave a livello europeo

## 5 - Sviluppo di messaggi chiave

- ▶ **Sviluppare messaggi chiave nella maniera corretta**
- ▶ **Identificare il pubblico e adattare il messaggio di conseguenza**

Dopo aver identificato il vostro pubblico, dovrete sviluppare messaggi specifici per esso. Dovreste sviluppare differenti tipi di messaggi per pubblici differenti. Quando possibile, il vostro messaggio dovrà essere:

- chiaro, persuasivo e corto
- semplice e diretto
- supportato da fonti e dati (ad esempio, statistiche o storie)



## ***Come creare il vostro messaggio?***

Per sviluppare il vostro messaggio vi suggeriamo di usare frasi persuasive usando l'approccio **“Cosa/Perché/Come”**:

### **\* Cosa?**

“*Cosa*” si riferisce al vostro obiettivo e alla descrizione del problema da affrontare durante la vostra attività di patrocinio. Potreste fare uso di risultati di ricerche per supportare e descrivere la vostra causa.

### **\* Perché?**

“*Perché*” si riferisce alla ragione per cui focalizzarsi su una certa tematica. Potreste menzionare i risultati positivi aspettati e le conseguenze negative del non cambiamento.

### **\* Come?**

“*Come*” si riferisce alle attuali raccomandazioni su come migliorare o cambiare una certa situazione. Potreste includere le azioni che vorreste essere realizzate dal pubblico.

Tabella 3: L'approccio “Cosa/perché/come”

## **Esempio: lottare contro la discriminazione dei minori rom della sfera educativa**

### *Cosa?*

La discriminazione verso i minori rom ha varie forme; include il bullismo a sfondo razziale, le pratiche di esclusione e le minacce da parte degli insegnanti, del personale scolastico o degli studenti. La discriminazione dei bambini rom si attua anche quando essi sono posti in “scuole speciali” per alunni con difficoltà di apprendimento solo perché rom. L'inchiesta FRA sull'educazione dei Rom 2014 indica che in Repubblica Ceca, Ungheria, Slovacchia e Grecia tra il 33% e il 58% dei bambini rom sono iscritti in classe frequentate solo da rom.

### *Perché?*

Eliminare la discriminazione scolastica dei minori rom porterà un beneficio all'economia e alla società nazionali.

### *Come?*

- Aumentando la conoscenza dei meccanismi di prevenzione della discriminazione nell'educazione, soprattutto tra le comunità minoritarie.
- Promuovere l'insegnamento della diversità per il personale scolastico, gli assistenti sociali e gli psicologi dell'educazione con l'obiettivo di creare un ambiente scolastico che rispetti e coinvolga gli studenti nella loro diversità.

Tabella 4: Esempi di creazione di un messaggio di advocacy

---

<sup>6</sup> <http://fra.europa.eu/en/publication/2014/education-situation-roma-11-eu-member-states>



## 6 - Sviluppare piani d'azione e agire

Dopo aver creato il vostro messaggio di supporto dovrete inviarlo al pubblico da voi scelto. Potreste dover inviare il vostro messaggio in varie forme ed usando diversi sistemi di comunicazione per ognuno dei riceventi da voi selezionati. Scegliete una strategia di comunicazione sulle modalità di invio del messaggio. Vi sono diversi metodi di comunicazione tra i quali:

- lettere
- e-mail
- chiamate telefoniche
- meeting
- eventi e campagne

Questi metodi di comunicazione possono essere usati contemporaneamente.

### a) Lettere, e-mail e chiamate telefoniche

La comunicazione diretta coi decisori politici è uno strumento efficace ed effettivo. Essa può essere effettuata tramite l'invio di lettere o e-mail o attraverso chiamate telefoniche. Nel caso in cui decideste di scrivere una lettera siate coscienti del fatto che la risposta potrebbe non essere rapida quando quella ad una mail o ad una chiamata telefonica. Le email e le chiamate telefoniche sono risorse più veloci. Qualsiasi metodo decidiate di usare, sappiate che i decisori politici hanno spesso impegni lavorativi intensi e che il tempo a loro disposizione è ridotto. Per

tale motivo dovrete risultare chiari, brevi e specifici nella vostra comunicazione.

### **b) Meeting**

Gli incontri coi decisori politici sono spesso lo strumento più effettivo per comunicare il proprio messaggio e per portare l'attenzione sulla propria causa. Potreste altresì considerare l'idea di partecipare a meeting e ad eventi dove potreste identificare persone rilevanti che potrebbero diventare vostri alleati. Potreste portare con voi del materiale stampato (lettere, volantini) da lasciare alla persona con la quale intendete comunicare per rinforzare la vostra posizione.

### **c) Eventi e campagne**

Gli eventi pubblici come le conferenze, le tavole rotonde e i workshop possono risultare utili al fine di comunicare un messaggio. Per risultare effettivi, però, tali eventi dovranno essere ben organizzati.

Delle campagne potrebbero essere usate per influenzare la politica, per focalizzare l'attenzione su una certa problematica o per aumentare il supporto pubblico. Le campagne devono avere un messaggio semplice e forte. Esempi tipici di campagna sono gli eventi pubblici quali le manifestazioni, le mostre, le petizioni, i poster e il volantinaggio.

## SUGGERIMENTI:

- Prendete in considerazione opportunità quali le giornate nazionali ed internazionali, le celebrazioni e le altre date che potrebbero essere usate per organizzare eventi o campagne; la Giornata della Memoria (27 gennaio), la Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Discriminazione Razziale (21 marzo), la Giornata Internazionale del Popolo Rom (8 aprile), la Giornata della Memoria dell'Olocausto di Rom e Sinti (2 agosto), la Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Povertà (17 ottobre) o la Giornata Internazionale dei Diritti Umani (10 dicembre).
- Costruite coalizioni e reti con individui e organizzazioni interessate alle tematiche riguardanti i rom o l'anti-discriminazione. Controllate se vi siano altri gruppi nel vostro territorio con cui poter lavorare assieme e che potrebbero aiutarvi a diffondere il messaggio (ad esempio, altre ONG). Unire le forze con gli altri vi consente di far sentire maggiormente la vostra voce.

## 7 - Lavorare con i mass media

I mass media offrono un'opportunità efficace e potente per comunicare il vostro messaggio. Forniscono l'opportunità di creare attenzione sulle tematiche riguardanti i rom. Trovare dei mass media che vi supportino può aiutarvi a far diffondere un messaggio tra il pubblico generale, a far crescere attenzione e coscienza sulle problematiche vissute dai rom, a diffondere la cultura rom e a ridurre stereotipi e pregiudizi. Identificare i mass media che potrebbero portare avanti il vostro messaggio può altresì aiutarvi a pubblicizzare il vostro progetto. I mass media possono essere anche dei grandi alleati nell'influenzare i comportamenti e le attitudini delle persone.

Lavorare con i mass media include anche quelli elettronici e stampati. Vedi la tabella sottostante per degli esempi.

<b>Tipo di mass media</b>	<b>Personale</b>
Radio Televisione Film e video Giornali Mass media online (blogs, Facebook o Twitter)	Giornalisti, reporter e corrispondenti Colonnisti Registi e produttori Commentatori, giornalisti freelance e produttori Produttori

Tabella 5: Esempi di mass media e del loro personale

Potreste anche lavorare con i mass media scrivendo comunicati stampa fornendo informazioni su particolari situazioni ed eventi.

## **Metodi per comunicare il vostro messaggio ai mass media**

### ***a) Parlare ai giornalisti***

I rappresentanti della comunità rom dovrebbero prestare attenzione alle interviste che danno e domandarsi fino a quale livello ci si possa fidare dei giornalisti. Dovreste conoscere il giornalista ed i suoi scopi. Ciò è necessario per il fatto che molti giornalisti non-rom hanno la tendenza a descrivere la situazione dei rom tramite costrutti e opinioni editoriali non verificate. Riportano spesso la situazione dei rom in maniera parziale e senza raccogliere informazioni adeguate, prendendo per veri dei fatti falsi e senza prestare attenzione alla veridicità delle informazioni. I rom intervistati dovrebbero cercare di costruire e mantenere una buona relazione col giornalista, dato che essa porta ad effettive collaborazioni. Preparatevi per l'intervista; siate brevi, sicuri ed entusiasti.

### ***b) Comunicati stampa***

I comunicati stampa sono metodi efficaci per informare i mass media su un evento, un progetto o una situazione. I comunicati stampa sono un metodo diffuso per inviare notizie ai giornalisti e per avvisarli a riguardo di una storia per fare in modo che la riportino. Nel preparare un comunicato stampa assicuratevi di porre l'informazione principale all'inizio e quelle generali in

fondo (“*chi, cosa, perché, dove e quando*”). Includete le informazioni di contatto alla fine del documento.

### ***c) Social media***

I social media sono uno strumento importante per la presa di coscienza online. Al fine di usare al meglio i mass media online è bene scegliere i giusti canali.

I *blog* sono canali chiave per diffondere un messaggio online. Possono servire per svariati propositi ed alcuni blog sono focalizzati sulle politiche locali o nazionali, mentre altri hanno un'impronta europea. I blog forniscono l'opportunità per gli utenti di entrare in discussioni e dibattiti sulle tematiche relative ai rom.

I *social networking* quali Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) e Twitter ([www.twitter.com](http://www.twitter.com)) sono un modo eccellente per condividere informazioni e messaggi col vostro pubblico online. Entrambi i siti forniscono l'opportunità di avere sostenitori e simpatizzanti.

## 8 - Raccolta fondi

### ► Cercate fondi per sponsorizzare le vostre azioni

Anche se molte attività di avvocatura possono essere realizzate senza o con pochi fondi, altre richiedono dei finanziamenti. Essi potrebbero essere necessari per pagare il salario del personale del progetto, i costi di ufficio o attività quali la preparazione di documenti, le telefonate e la partecipazione ai meeting.

Le fonti di finanziamento dipendono dal vostro livello di lavoro (locale, nazionale o europeo). A livello locale e nazionale alcuni finanziamenti potrebbero provenire dalle autorità locali, distrettuali/regionali o nazionali, dal settore privato, dalle organizzazioni non governative o intergovernative nazionali e internazionali. A livello europeo, la Commissione Europea fornisce “*bandi operativi*” di finanziamento per aiutare le organizzazioni nel realizzare azioni base. Inoltre, la Commissione Europea sostiene i progetti anche attraverso di “*bandi di proposta*” e dei “*bandi d’azione*”. Leggete la nostra pubblicazione “*Guidelines on how to apply for European Commission Funds*” per avere maggiori informazioni sui finanziamenti della CE.

Dovreste provare ad ottenere fondi da fonti diverse per far sì di avere maggiori libertà e flessibilità nel vostro lavoro di avvocatura. Infine, fate delle ricerche e scoprite quali organizzazioni di finanziamento siano maggiormente interessate nell’inclusione dei rom e nelle tematiche legate all’anti-discriminazione.

---

<sup>7</sup> [http://www.erionet.eu/doc-guidelines-ec-funds\\_2012](http://www.erionet.eu/doc-guidelines-ec-funds_2012)

Alcuni metodi di raccolta fondi comprendono:

- L'organizzazione di eventi di raccolta fondi: concerti, cene, ecc.
- Fare domanda per i finanziamenti da parte di fondazioni e agenzie internazionali
- Fare domanda per i finanziamenti da parte di bandi nazionali o locali
- Cercare donazioni materiali (oggetti utili, cancelleria, ecc.)



## 9 - Valutate i vostri risultati

Valutare la vostra azione di avvocatura vi può aiutare nel migliorare in vista di future campagne. L'importanza di valutare il vostro lavoro e le vostre azioni risiede nella possibilità di comprendere cosa funziona e cosa non funziona, come migliorare in vista di lavori futuri per aumentare il loro impatto. Ponetevi le seguenti domande:

- ▶ ***Quanto sono stati utili i vostri sforzi?***
- ▶ ***Che risultati avete ottenuto?***
- ▶ ***Come potreste migliorare la vostra azione di avvocatura?***

Valutando le vostre azioni imparerete da esse e potrete cambiare ciò che si è dimostrato inefficace. Seguite i seguenti criteri di valutazione (Tabella 6).

Criterio	Domanda
Rilevanza	La tematica trattata è ancora problematica?
Efficienza	I metodi usati si sono rivelati efficaci per le azioni progettate?
Effettività	Le attività sono state completate?
Impatto	L'azione di patrocinio ha cambiato/ migliorato la vita dei rom?
Sostenibilità	I cambiamenti verranno mantenuti anche dopo la fine dell'attività/progetto?

Tabella 6: Criteri di valutazione



## **Parte 3**

# **Attività di patrocinio**



## Parte 3 – Attività di patrocinio

---

Alcune idee per le attività di advocacy...

- Organizzate una petizione, raccolta firme, ecc.
- Scrivete articoli sull'inclusione dei rom per i mass media o pubblicateli su internet (ad esempio, sulla vostra pagina/account facebook, sul vostro account twitter, sul vostro blog o sul vostro sito)
- Organizzate un evento (ad esempio, un seminario, un workshop o una conferenza) su una tematica riguardante i rom coinvolgendo anche soggetti rilevanti in diversi campi
- Organizzate una mostra d'arte o fotografica sui diversi aspetti della cultura rom
- Create video di informazione sulle tematiche legate ai rom
- Fate presentazioni sulla cultura rom all'interno delle scuole, coinvolgendone gli studenti
- Organizzate incontri o eventi per genitori al fine di discutere tematiche rilevanti riguardanti i rom
- Scrivete una lettera alle autorità locali/al vostro sindaco chiedendogli/le di rendere effettiva la Strategia Nazionale di inclusione dei Rom (usate il nostro template<sup>8</sup>)

---

<sup>8</sup> [http://www.erionet.eu/from-words-to-practice\\_template-letters](http://www.erionet.eu/from-words-to-practice_template-letters)

- Scrivete una lettera alle vostre autorità nazionali chiedendo loro di rendere effettiva la Strategia Nazionale di inclusione dei Rom (usate il nostro template<sup>8</sup>)
- Contattate la vostra Associazione Nazionale Rom e lavorate assieme ad essa<sup>9</sup>
- Organizzate concerti che promuovano la musica e la cultura rom, uno spettacolo teatrale per parlare di discriminazione scolastica o un dibattito coi mass media sugli stereotipi che colpiscono i rom
- Molto altro ancora!

---

<sup>8</sup> [http://www.erionet.eu/from-words-to-practice\\_template-letters](http://www.erionet.eu/from-words-to-practice_template-letters)

<sup>9</sup> <http://www.erionet.eu/national-roma-strategies.htm>

## **Parte 4**

# **Sfide chiave affrontate dagli attivisti rom e le loro possibili**





## Parte 4 – Sfide chiave affrontate dagli attivisti rom e le loro possibili soluzioni

---

Questa sezione riporta le sfide principali affrontate dagli attivisti rom emerse durante il training dell'EIRO sul patrocinio *“Impara a lottare per i tuoi diritti”*<sup>10</sup>.

Sfide	Possibili soluzioni
Per le ONG a livello europeo: usare una rete di conoscenze ed esperti e mobilitare i membri delle organizzazioni locali per implementare le decisioni prese a livello dell'UE .	<ul style="list-style-type: none"><li>• Convincete i potenziali partner del fatto che lavorare in rete a livello europeo renda più forti e crei visibilità per l'azione effettuata</li><li>• Mostrate alle comunità rom che le risorse sono state ben impiegate</li><li>• Spiegare ai rom che i loro diritti vengono violati potrebbe motivarli nel lavorare attivamente a livello locale, nazionale ed europeo</li></ul>
Tensioni tra i livelli nazionali ed europei: far comprendere a tutti i membri della rete il valore aggiunto del processo decisionale europeo.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lavorate con altri gruppi europei che cerchino di mobilitare le comunità su alcune tematiche specifiche e fate rete in modo da portare le vostre idee davanti ai Comitati del Parlamento Europeo per influenzare i processi decisionali politici</li></ul>

---

<sup>10</sup><http://www.erionet.eu/event-190614>

<p>Difficoltà nel coinvolgere i rom nella difesa dei propri diritti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizzate una posizione chiara per i rom</li> <li>• Organizzate attività di formazione sul patrocinio dei diritti e dell'inclusione che siano rivolte ai rom</li> </ul>
<p>Come trattare le tematiche legate ai rom durante le interviste con giornalisti non-rom e come rispondere a domande pregiudizievole o fuorvianti.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manipolazione dei mass media nell'interesse delle ONG</li> <li>• Adattamento dei discorsi a seconda dell'esperienza dell'intervistatore e delle sue competenze</li> <li>• Migliorare la conoscenza dell'intervistato sui temi riguardanti i rom in modo da aumentare il livello di conoscenza trasmesso al pubblico e da fornire risposte adeguate alle domande di disturbo</li> </ul>

Tabella 7: Sfide chiave affrontate dagli attivisti rom e le loro possibili soluzioni





