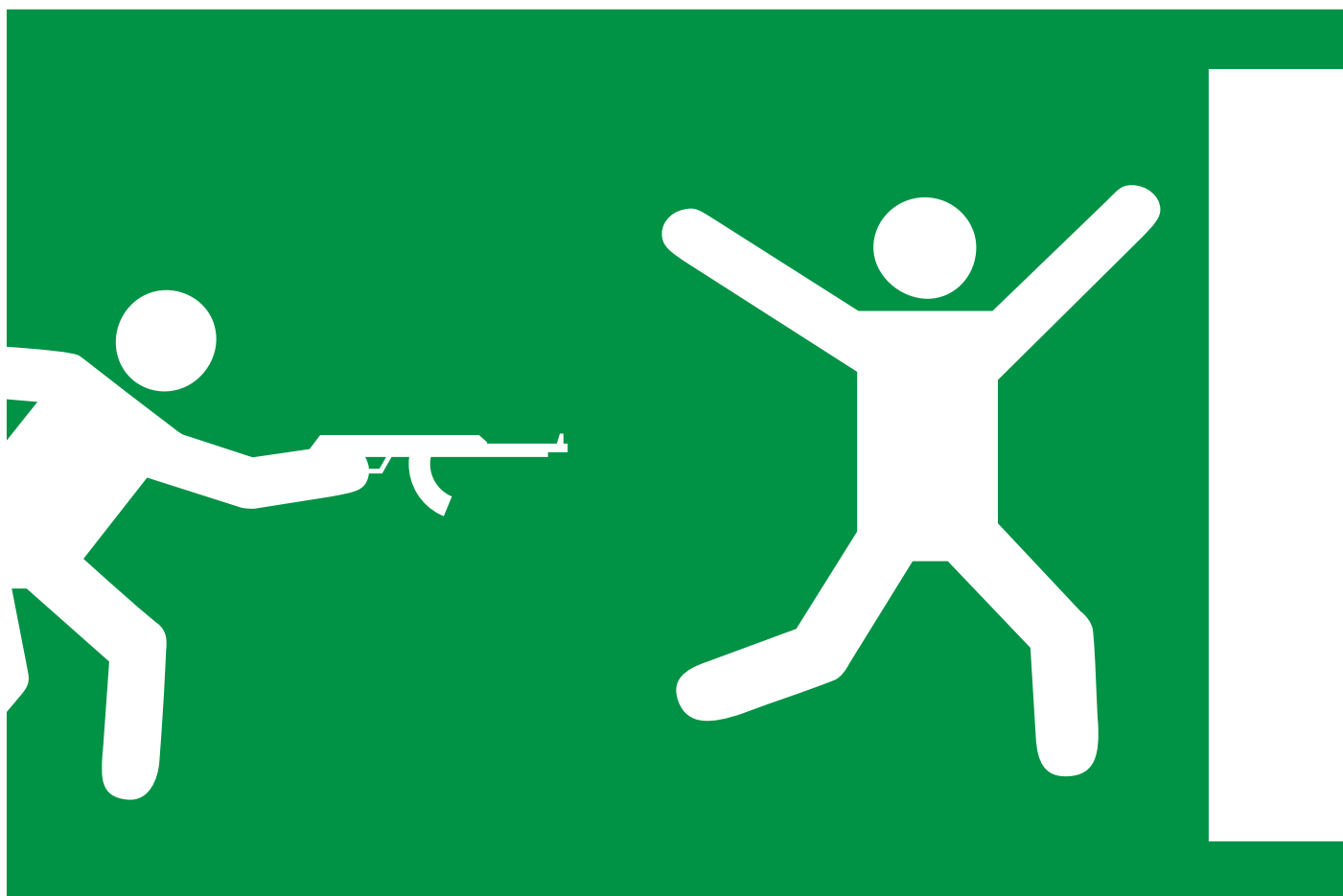




Campagna

Crisi Dimenticate 2010

www.crisidimenticate.it



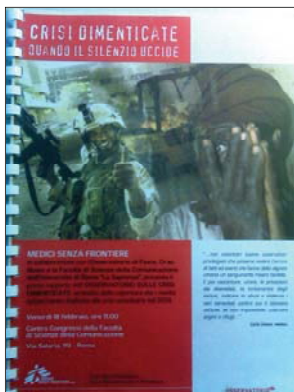
Indice

CRISI DIMENTICATE. Cos'è?	3
CRISI DIMENTICATE. Da dove siamo partiti e dove siamo arrivati	3
ADOTTA UNA CRISI DIMENTICATA	4
PROGETTO SCUOLE CRISI DIMENTICATE	4
CRISI DIMENTICATE 2010. Una campagna di comunicazione integrata	6
Libro “Le crisi umanitarie dimenticate dai media 2009” (Edizioni Marsilio)	8
Video “Crisi Dimenticate 2009” – NOTIZIE SENZA VOCE	9
Presentazione libro e partecipazione a festival letterari, culturali e premi giornalistici	9
Nuovo sito web	10
Flash-mob	10
Mostra fotografica “Crisi dimenticate”	11
Progetto scuole “Crisi dimenticate”	11
Prodotti “Crisi dimenticate” da acquistare e prodotti “Crisi dimenticate” da distribuire	12
Programma “Aziende senza frontiere”	12

CRISI DIMENTICATE. Cos'è?

“CRISI DIMENTICATE” è una campagna di Medici Senza Frontiere Italia volta a sensibilizzare il pubblico sulle crisi umanitarie più ignorate dai mezzi d'informazione. La campagna si fonda sulla “Top 10” delle crisi dimenticate e sull'analisi realizzata dall'Osservatorio di Pavia sullo spazio che i telegiornali (day time e prime time) di Rai e Mediaset hanno dato alle dieci crisi dimenticate e a tutte le altre crisi umanitarie (anche quelle rappresentate da malattie o accesso alle cure). La “Top 10” viene stilata da MSF USA in collaborazione con tutti i centri operativi di MSF. La prima “Top 10” fu lanciata nel 1998.

CRISI DIMENTICATE. Da dove siamo partiti e dove siamo arrivati



Nel 2004, MSF Italia ha avviato la collaborazione con l'Osservatorio di Pavia per produrre il primo Rapporto Annuale sulle Crisi Dimenticate. L'Osservatorio di Pavia è il principale istituto di ricerca sulla comunicazione televisiva in Italia.

MSF Italia è l'unica sezione di MSF ad associare alla lista delle dieci crisi dimenticate un lavoro scientifico di monitoraggio dello spazio dedicato dai telegiornali alle crisi umanitarie selezionate nella “Top 10”.

Nel febbraio 2005, viene presentato a Roma il primo Rapporto Annuale sulle Crisi Dimenticate durante un convegno organizzato presso il centro congressi della Facoltà di Scienze della Comunicazione. Il rapporto aveva ricevuto l'Alto patronato della Presidenza della Repubblica. Viene lanciato anche il primo minisito dedicato dal nome “Osservatorio Crisi Dimenticate”.

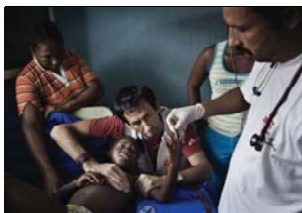
Da quel momento, la presentazione del Rapporto Annuale Crisi Dimenticate diventa un appuntamento annuale di MSF Italia e cresce la copertura mediatica dell'appuntamento.

Nel 2006, in occasione del lancio del rapporto annuale, viene realizzata la mostra fotografica: “Haiti: una crisi dimenticata”.



Nel febbraio 2007, in occasione della presentazione del terzo rapporto annuale, viene lanciata la petizione “Dimmi di più”, con l'obiettivo di raccogliere quante più adesioni possibile per chiedere ai direttori dei principali telegiornali di dare più spazio alle crisi dimenticate. Per lanciare la petizione viene creata la cartolina “Dimmi di più” da Giancarlo Berardi, illustratore del fumetto “Julia” (Bonelli editore). Il lancio viene sancito dalla presentazione del rapporto e da una troupe della trasmissione “Le iene” che realizza un servizio sulle crisi dimenticate con intervista a MSF (Andrea Pontiroli) e intervista a Clemente Mimun, allora direttore del Tg5. Con quest'azione, grazie al Campo Rifugiati, al Summer Tour e a diversi altri eventi, MSF raccoglie 30.000 cartoline che verranno consegnate, a chiusura della campagna, sempre da una troupe de “Le iene” a Carlo Rossella, allora direttore del Tg5.

Nell'estate 2007, viene inviato il fotografo Francesco Zizola in Colombia (una delle crisi dimenticate dell'anno) per realizzare la mostra fotografica “Colombia, voci nascoste”, insignita successivamente del World Press Photo 2007. Nello stesso periodo viene realizzato il kit COLOMBIA per le scuole superiori.



Nel 2008, il lancio del rapporto annuale ha avuto una copertura mediatica di gran lunga superiore a quella degli anni precedenti (40 uscite contro le 25 del 2007, le 11 del 2006 e le 14 del 2005). Nel 2008 viene lanciato il ciclo di conferenze “CRISI ZONES. Quando il silenzio uccide” al fine di trasformare le crisi dimenticate in momenti di confronto-dibattito all'interno del mondo accademico e una serie di appuntamenti nelle città dei Gruppi MSF.

Nello stesso anno inizia la collaborazione con i dipartimenti Comunicazione e Arti visive dell'Istituto Europeo di Design (IED) di Milano per la creazione di una campagna sulle crisi dimenticate. Nel 2009, in occasione della presentazione del rapporto annuale, viene lanciata la campagna “Adotta un crisi dimenticate”, il nuovo sito internet www.crisidimenticate.it e il nuovo progetto scuole sulle crisi dimenticate.



Nel 2009, nell'ambito della campagna “Adotta una crisi dimenticata”, vengono organizzati eventi e dibattiti per promuovere le 10 crisi e temi ad esse associati.

La presenza di MSF ai principali premi e festival giornalistici nazionali (Premio Ilaria Alpi, Festival Vicino-Lontano/Premio Terzani, Festival Internazionale del Giornalismo di Perugia, Festival del Reportage di Atri), a festival letterari (Festival delle Letterature di Mantova, Fiera nazionale della piccola e media editoria “Più libri più liberi”).



**ADOTTA UNA
CRISI DIMENTICATA ¹**

Nel 2009 viene lanciata la campagna “Adotta una crisi dimenticata” per coinvolgere i mezzi d’informazione, le Università e le Scuole di giornalismo. Obiettivo: far uscire dall’oblio le crisi umanitarie e le persone che ne sono vittime. La copertura da parte dei media, le lezioni e gli incontri sono gli strumenti più diffusi, utilizzati per informare e far riflettere il grande pubblico su quanto accade negli angoli più remoti del mondo: guerre, epidemie, malattie dimenticate. I soggetti che decidono di aderire all’azione “Adotta una crisi dimenticata” si impegnano, in base alle loro disponibilità e alla loro realtà editoriale o accademica, a dare spazio e a creare momenti di confronto su una o più crisi identificate da MSF. L’approfondimento, presentato come adesione ad “Adotta una crisi dimenticata”, dovrà puntare a far conoscere quella crisi e non necessariamente le attività di MSF. A piè di pagina la lista degli aderenti ad “Adotta una crisi dimenticata”.

**PROGETTO SCUOLE
CRISI DIMENTICATE**

Per le scuole secondarie di secondo grado esiste un progetto specifico. La nostra proposta per il corrente anno scolastico si sviluppa attorno all’idea di adottare una crisi dimenticata: con tale termine vogliamo indicare la presa in carico di una delle crisi dimenticate presenti nel rapporto annuale sulle crisi dimenticate di MSF.

Tale adozione si potrà concretizzare, a scelta, nella realizzazione di uno o più racconti/reportage sulle crisi riportate, oppure nell’elaborazione di un canovaccio teatrale per una piccola messa in scena. Altre opzioni: la realizzazione di un TG dedicato, oppure di un filmato video e/o audio con una canzone dedicata a una o più crisi dimenticate. Infine la creazione di una mostra divulgativa rivolta agli altri studenti, alle famiglie o al territorio.

1 Mezzi d’informazione:

ADNKronos Salute, AGR, Redattore Sociale – Dire, TG2, TG3, RaiNews24, Rai International, Globe Rai3, TG4, La Repubblica, La Stampa, Il Sole24Ore, L’Unità, Il Riformista, City, Il Giornale di Brescia, L’Arena di Verona, Il Corriere della Valle, Donna Moderna, Internazionale, Gioia, Il Venerdì di Repubblica, Darwin, Valori, Il Vespro (Carini, Palermo), Giornale RadioRai, Radio 24, Radio RCS, Radio Kiss Kiss, Radio Onda d’Urto (Brescia), Repubblica.it, Corriere.it, Diariosette (www.diarosette.it), Galileo.it, il cassetto.it, il vespro.it, serviziocivilemagazine.it, Fuori Aula Network Web (Verona), Radio Smasher Web, Caffè News Magazine (www.caffenews.worldpress.com), www.digi.to.it, FareFuturo Webmagazine, InForm (rivista del Comune di Formigine - MO), Modena Cooperazione Internazionale, Altercatio (giornalino scolastico del liceo scientifico statale “A. Messesaglia” di Verona).

Università:

Scuola Superiore Sant’Anna di Pisa, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano - Facoltà di Scienze Politiche - Relazioni Internazionali, Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano – Master ASERI, Istituto Europeo di Design Milano. Museo del Cinema di Torino.

Scuole e Master di giornalismo:

Scuola di giornalismo della LUISS, Master in Giornalismo a stampa, radiotelevisivo e multimediale dell’Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, Istituto per la Formazione al Giornalismo di Urbino, Scuola Superiore di Giornalismo di Bologna, Master in giornalismo dell’Università di Sassari, Master in giornalismo ed editoria dell’Università di Verona, Master in giornalismo dello IULM, Master in giornalismo dell’Università degli Studi di Torino.

Realtà culturali ed eventi:

Museo del Cinema di Torino, Notte Senza Frontiere- Unisciti a noi per le crisi dimenticate (evento organizzato da MSF).

Testimonianze:

Festa di Internazionale a Ferrara, Fiera del Libro di Torino, Festival della Letteratura di Mantova, Festival Internazionale di giornalismo di Perugia, Festival Vicino Lontano di Udine (Premio Terzani), Artefoto Festival di Ancona, Premio Ilaria Alpi e Atri Reportage Festival, Festival Comoda-mente, Fiera Più Libri Più Liberi.

CRISI DIMENTICATE 2010.
Una campagna di
comunicazione integrata

Per il 2010, MSF ha creato una campagna di comunicazione integrata sul tema delle crisi dimenticate, al fine di aumentare la diffusione delle informazioni sulle dieci crisi umanitarie contenute nella “Top 10 – 2009” e creare una mobilitazione che consenta di aumentare la sensibilizzazione sui temi legati alle dieci crisi, indipendentemente dalla copertura televisiva.

Fulcro della campagna del 2010 è la creatività sviluppata con l’Istituto Europeo di Design di Milano nel corso del 2009. Il concetto creativo si basa sulla ‘contaminazione’ dei cartelli stradali in cartelli segnaletici delle 10 crisi.

La campagna “Crisi dimenticate 2010”, lanciata il 21 aprile in occasione del lancio del nuovo rapporto sulle crisi dimenticate, si fonda sulle seguenti azioni:

- Pubblicazione libro “Le crisi dimenticate dai media. Rapporto di MSF”, Edizioni Marsilio
- Produzione video sulle 10 crisi dimenticate (versioni da 4 e 2 minuti), realizzato dalla Indiana Production
- Rapporto Osservatorio di Pavia e patrocinio della Federazione Nazionale della Stampa Italiana
- Partecipazione a festival, premi giornalistici e letterari
- Nuovo sito web interattivo
 - o Azione “Adotta una crisi dimenticata”
 - o Azione “Accendi un riflettore”
 - o Galleria flash-mob
 - o Test patente “Crisi dimenticate”
 - o Scarica il materiale utile per organizzare un flash-mob
- Flash-mob e azioni ‘guerrilla’
- Mostra fotografica “Crisi dimenticate” (versione high e light)
- Progetto scuole “Crisi dimenticate”
- Prodotti “Crisi dimenticate” da acquistare e prodotti “Crisi dimenticate” da distribuire
- Programma “Aziende senza frontiere”



Quest'anno, per la prima volta, il rapporto annuale sulle crisi dimenticate è stato trasformato in una pubblicazione che contenesse non solo la "Top 10" delle crisi dimenticate e il rapporto dell'Osservatorio di Pavia, ma anche contributi esterni, prodotti da giornalisti, accademici, soc

Indice del libro:

Introduzione di Konstantinos Moschochoritis

Le crisi dimenticate

- Afghanistan
- Somalia
- Pakistan
- Malnutrizione infantile
- Sudan
- Aids
- Yemen
- Sri Lanka
- Repubblica Democratica del Congo
- Malattie dimenticate

Interventi

Dalle guerre convenzionali ai conflitti asimmetrici di Vittorio Emanuele Parsi

- Aids di Alessandro Gusman
- Non si vive di sola guerra di Giampaolo Calchi Novati
- Somalia di Enzo Nucci
- Afghanistan/Pakistan: un conflitto insolubile? di Giovanni Porzio
- Malattie tropicali dimenticate di Maurizio Bonati e Silvio Garattini
- Malnutrizione: lo sguardo (disattento) della stampa italiana di Riccardo Puglisi
- Sudan di Massimo A. Alberizzi
- Congo, la guerra per procura. La strage infinita chiamata Coltan di Daniele Mastrogiacomo
- Il rapporto tra organizzazioni umanitarie e mezzi d'informazione di David Rieff

Rapporto sulle crisi umanitarie dimenticate dai media 2009

- Di cosa ci parlano quando ci parlano di crisi? di Mirella Marchese

Conclusioni. Il valore della sensibilizzazione in MSF di Sergio Cecchini

Note sugli autori

Video
"Crisi Dimenticate 2009"
NOTIZIE SENZA VOCE

Il video, realizzato gratuitamente dalla Indiana Production (casa di produzione fondata da Gabriele Muccino) vuole rappresentare in modo simbolico i fatti che per diverse ragioni non hanno avuto voce nel mondo dell'informazione.

Primo piano stretto sul viso di una donna. Colori dominanti: Bianco e Nero. Silenzio.

La donna apre la bocca come se volesse parlare, ma non riesce ad emettere alcun suono, dentro la sua bocca si "accende" il video delle immagini che raccontano le 10 crisi umanitarie dimenticate.

La sua bocca diventa così il contenitore della realtà che vogliamo raccontare e aprendosi e chiudendosi nel vano tentativo di emettere un suono, ci dà la possibilità di avere lo stacco necessario fra un argomento e l'altro.

Sul video scorrono dei super che spiegano le immagini: LUOGO, NUMERO DI NOTIZIE NEI TG, PROBLEMA.

Gli unici suoni che sentiamo sono quelli della presa diretta dei video a nostra disposizione.

Infine la donna chiude la bocca rassegnata.

Sul suo viso appare un testo, questa volta aiutato da uno speaker (donna):

"Abbiamo bisogno delle vostre parole per dar voce alle dieci crisi (umanitarie) più gravi del mondo."

"Adotta una crisi, trasformala in notizia."

Logo MSF, richiamo al sito Crisi Dimenticate.

Presentazione libro e partecipazione a festival letterari, culturali e premi giornalistici

Festival Vicino/Lontano – Premio Terzani (Udine) – 8 maggio – Presentazione libro con Loris de Filippi
 Fiera del libro di Torino – 16 maggio – Presentazione libro con David Rieff
 Fondazione Corriere della Sera (Milano) – 19/20 maggio - Presentazione libro con David Rieff
 Premio Ilaria Alpi (Riccione) – 16-19 giugno – Presentazione libro
 Festival della Letteratura di Mantova – 8-12 settembre – Dibattito
 Festival di Internazionale (Ferrara) – 1-3 ottobre - Presentazione libro

Nuovo sito web



In occasione del lancio del nuovo rapporto, verrà lanciato il nuovo sito CRISI DIMENTICATE. Il nuovo sito sarà arricchito di una serie di azioni che i vari utenti potranno svolgere via web per far conoscere le crisi dimenticate e per attivarsi in prima persona nell'organizzazione di momenti di visibilità e sensibilizzazione. Il nuovo sito è stato pensato per essere anche uno strumento di acquisizione di nuovi contatti (dati anagrafici e indirizzi e-mail) da poter utilizzare per le varie attività di sensibilizzazione e raccolta fondi.

Le azioni che potranno essere intraprese dal sito saranno:

- Adotta una crisi dimenticata – Rivolta a testate giornalistiche, giornalisti, università, scuole di giornalismo, siti internet, blog...

- Accendo un riflettore – Rivolta ai singoli utenti web per disseminare la campagna sui social network e per chiedere di aderire al nostro appello per dare più voce alle crisi dimenticate.

- Galleria foto Flash-Mob – Uno spazio per dare visibilità alle varie azioni di mobilitazione

- Test patente “Crisi dimenticate” – Sarà possibile partecipare a un test sullo stile dei quiz della patente per conoscere le crisi dimenticate. Il test verrà poi usato nei vari eventi per promuovere le iniziative di sensibilizzazione sulle crisi dimenticate.

- Scarica il materiale utile – Flyer, cartoline e tutto il necessario per organizzare momenti di sensibilizzazione.



Flash mob

Con il termine flash mob (dall'inglese flash - breve esperienza e mob - moltitudine) si indica un gruppo di persone che si riunisce all'improvviso in uno spazio pubblico, mette in pratica un'azione insolita generalmente per un breve periodo di tempo per poi successivamente disperdersi. Il raduno viene generalmente organizzato attraverso comunicazioni via internet o tramite telefoni cellulari. In molti casi, le regole dell'azione vengono illustrate ai partecipanti pochi minuti prima che l'azione abbia luogo.

In preparazione del lancio della campagna Crisi Dimenticate e per mettere in moto le varie azioni di mobilitazione, sono stati organizzati i seguenti flash-mob:

- Roma – sabato 13 marzo
- Napoli – domenica 14 marzo
- Firenze – sabato 20 marzo
- Bologna – sabato 20 marzo
- Aosta – venerdì 26 marzo
- Torino – venerdì 9 aprile
- Brescia – sabato 10 aprile
- Bergamo – sabato 10 aprile
- Verona – domenica 11 aprile
- Padova – domenica 11 aprile
- Milano – lunedì 19 aprile



Il flash-mob chiave è quello di Milano (19 aprile), dove, il penultimo giorno del Salone del Mobile, sono state organizzate una serie di azioni 'guerrilla' che porteranno da via Tortona a Parco Solari: Lungo via Tortona saranno posizionati i manifesti dei cartelli stradali, 200 palloncini con le crisi, 10 ragazzi sandwich indosseranno i dieci profili face-book delle crisi dimenticate e porteranno a Parco Solari, dove un Dj di Radio Dee Jay manderà “gioca jouer” versione crisi dimenticate. Al fischio partirà una battaglia di palle di carta con volantini dove da una parte ci sono delle immagini e dall'altra un richiamo alle crisi dimenticate e alle varie azioni che possono essere fatte. Alla fine della battaglia verrà fatta una foto di gruppo e foto-ritratti su un set fotografico appositamente allestito e le foto verranno pubblicate sul sito crisi dimenticate. Verranno liberati in cielo 200 palloncini con le 10 crisi dimenticate. 200 magliette “uscita di sicurezza” verranno indossate dai partecipanti.



Mostra fotografica “Crisi dimenticate”

Verranno realizzate riprese video a cura di IED e APCOM Successivamente verrà organizzato un incontro con alcuni contatti chiave (Press, PR, ecc.) per promuovere il lancio della campagna.

In collaborazione con l’Istituto Europeo di Design di Milano – Dipartimento Arti Visive è stata realizzata la mostra fotografica “Crisi dimenticate” con foto delle 10 crisi dimenticate 2009. Attraverso questa mostra vogliamo raccontare le crisi dimenticate con fotografie scattate da grandi fotografi di fama internazionale. La mostra è realizzata in due versioni (high e light) per meglio adattarsi alle varie esigenze e ai vari spazi.

Progetto scuole “Crisi dimenticate”

Per le scuole secondarie di secondo grado esiste un progetto specifico. La nostra proposta per il corrente anno scolastico si sviluppa attorno all’idea di adottare una crisi dimenticata: con tale termine vogliamo indicare la presa in carico di una delle crisi dimenticate presenti nel rapporto annuale sulle crisi dimenticate di MSF.

Tale adozione si potrà concretizzare, a scelta, nella realizzazione di uno o più racconti/reportage sulle crisi riportate, oppure nell’elaborazione di un canovaccio teatrale per una piccola messa in scena. Altre opzioni: la realizzazione di un TG dedicato, oppure di un filmato video e/o audio con una canzone dedicata a una o più crisi dimenticate. Infine la creazione di una mostra divulgativa rivolta agli altri studenti, alle famiglie o al territorio.

Profotti “Crisi dimenticate” da acquistare ²

Il 21 aprile, in occasione del lancio della campagna “Crisi dimenticate” sarà possibile acquistare online le magliette e le borse per la spesa sulle crisi dimenticate. Acquistando e indossando la maglietta “Crisi dimenticate”, ognuno potrà trasformarsi in un “moltiplicatore” di visibilità sulle 10 crisi dimenticate.



Programma “Aziende senza frontiere” ³

Aziende Senza Frontiere è il nuovo programma dedicato alle aziende che desiderano comunicare il proprio impegno sociale in favore dei contesti di intervento più urgenti, drammatici, ignorati: le 10 Crisi Dimenticate che rappresentano la sfida più impegnativa per Medici Senza Frontiere.

² Attività seguita dall’area Direct Marketing del Dipartimento Raccolta Fondi

³ Attività seguita dall’area Key Donors del Dipartimento Raccolta Fondi.