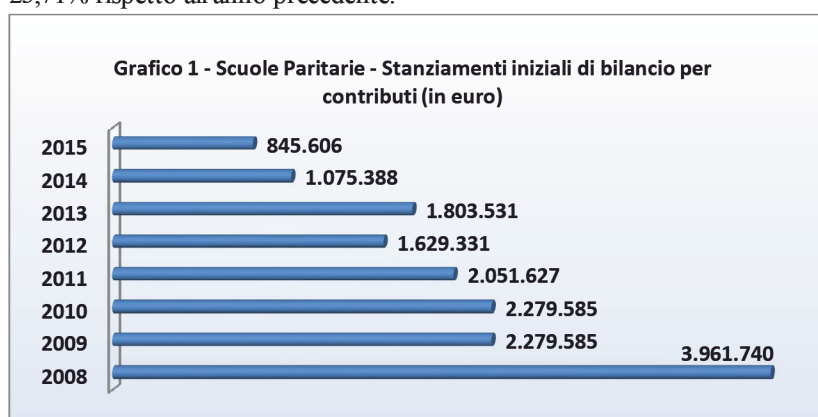
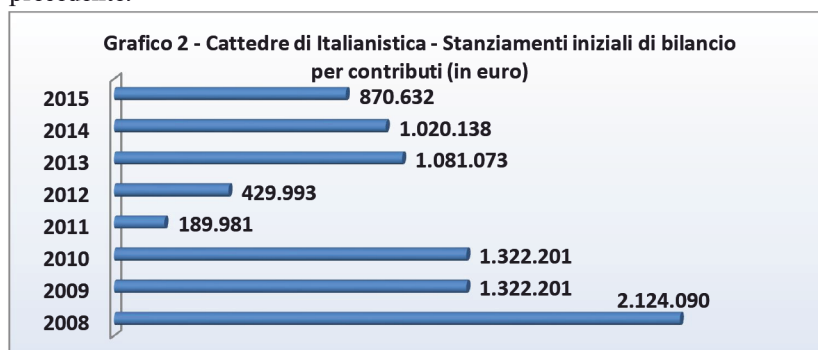


## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | B. Risorse

- il **grafico 1** illustra la situazione dei contributi per le scuole paritarie (cap. 2619 - piano gestionale 1); dal 2008 sono diminuiti del 78,66%; nel 2015 i contributi per questa tipologia di spesa hanno subito un ulteriore calo del - 23,71% rispetto all'anno precedente.

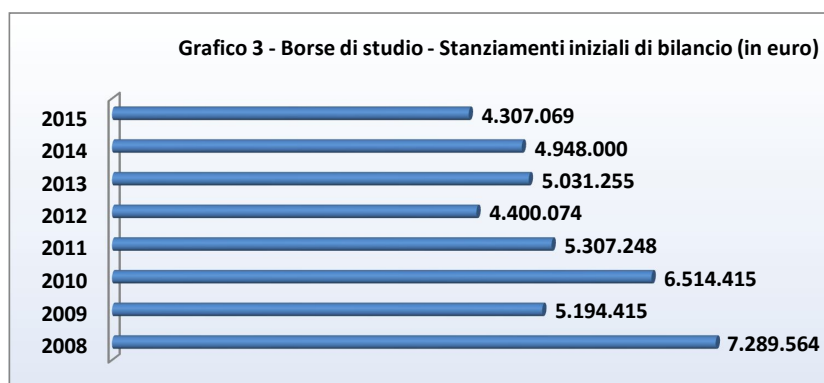


- il **grafico 2** presenta la situazione dei contributi per cattedre di italiano in scuole ed università straniere (cap. di spesa 2619 - piano gestionale 2) che sono stati ridotti, rispetto al 2008 del 59,01%; nel 2015 i contributi per questa tipologia di spesa hanno subito un calo del 14,66% rispetto all'anno precedente.



- il **grafico 3** presenta infine la situazione dei finanziamenti e contributi per borse di studio (cap. di spesa 2619 - piano gestionale 4) che sono stati ridotti, rispetto al 2008 del 40,91%; nel 2015 i contributi per questa tipologia di spesa hanno subito un calo del 12,95% rispetto all'anno precedente.

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | B. Risorse



I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

## C. RETI E STRUMENTI

Vengono qui indicati di seguito le reti e gli strumenti di promozione culturale all'estero di cui verrà più diffusamente trattato nella seconda parte della relazione.

### C1. Le reti

#### **Gli Istituti Italiani di Cultura**

L'attività di promozione della cultura italiana all'estero è svolta principalmente da **83** Istituti Italiani di Cultura (al 31 dicembre 2015), presenti nelle capitali e nelle maggiori città degli Stati con i quali l'Italia intrattiene relazioni diplomatiche.

Gli Istituti di Cultura attendono a compiti di promozione e diffusione della cultura e della lingua italiana (Legge 22.12.1990, n. 401, art. 7). Predispongono annualmente una programmazione culturale anche sulla base delle linee guida del piano di promozione integrata lanciate in occasione del Gruppo di Lavoro Consultivo del novembre 2015 (e poi sviluppate nel corso del 2016). Inoltre, attuano e sostengono iniziative per la diffusione della lingua italiana, attraverso l'apertura delle proprie biblioteche al pubblico locale, l'organizzazione di corsi di lingua e cultura, i contatti con i lettori di italiano delle università locali, l'organizzazione di convegni e iniziative scientifiche, nonché la promozione dell'editoria italiana.

Gli Istituti operano intrattenendo rapporti con le istituzioni dei Paesi ospitanti, proponendosi come centri propulsori di attività e di iniziative di cooperazione culturale. Contribuiscono, in particolare, a creare condizioni favorevoli all'integrazione degli operatori italiani nei contesti culturali internazionali.

*La promozione della lingua e cultura italiana all'estero si inserisce in una strategia coerente che include le altre dimensioni della nostra proiezione internazionale.*

*La rete del sistema pubblico nel mondo, articolata in oltre 400 strutture, consente un'azione integrata di promozione fra ambasciate, uffici consolari, Istituti Italiani di Cultura, uffici dell'Agenzia ICE ed uffici ENIT, sotto la guida dei responsabili delle missioni diplomatiche. È uno strumento a disposizione di tutte le componenti del sistema Italia.*

Gli Istituti di Cultura, in qualità di promotori e aggregatori del sistema italiano all'estero, sono i principali referenti di una politica di promozione culturale che è sempre più integrata all'interno di una strategia di promozione del Sistema Paese che comprende anche il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese e la cooperazione scientifica e tecnologica e, tramite i loro direttori, sono chiamati ad interagire costantemente con le ambasciate e le altre strutture pubbliche presenti in loco.

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

Anche nel 2015 i direttori hanno continuato a essere coinvolti attivamente nell'esercizio di elaborazione delle proposte degli obiettivi di sviluppo e dei piani promozionali condotto dalle rappresentanze diplomatiche, su impulso della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese, con l'obiettivo di fornire una visione integrata degli interessi italiani in ciascun Paese e di contribuire in tal modo ad implementare le linee guida e di indirizzo strategico in materia di promozione ed internazionalizzazione delle imprese assunte dalla Cabina di Regia per l'Internazionalizzazione (tavolo di coordinamento copresieduto dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e dal Ministero dello Sviluppo Economico, istituito dalla legge n. 214/2011, con l'obiettivo di definire le linee guida e di indirizzo strategico, comprensive della programmazione delle risorse, in materia di promozione all'estero e di internazionalizzazione del sistema produttivo).

Tale coinvolgimento è attuato anche attraverso la partecipazione dei direttori degli Istituti Italiani di Cultura alle periodiche riunioni di sistema presiedute dall'ambasciatore (responsabile del coordinamento all'estero dell'attività di tutti i soggetti del Sistema Paese) e alle quali partecipano gli addetti scientifici, gli addetti alla difesa, i direttori degli uffici dell'ICE-Agenzia e dell'ENIT, i responsabili delle istituzioni scolastiche all'estero, i presidenti delle camere di commercio italiane all'estero, eventuali uffici di promozione delle regioni italiane, ecc..

Sul piano dell'attività degli Istituti Italiani di Cultura il coordinamento promosso dalle ambasciate mira a massimizzare l'impatto locale delle

*Gli **83** Istituti Italiani di Cultura, le **8** scuole statali e le **43** scuole paritarie italiane all'estero, le **76** sezioni italiane presso scuole straniere, i **18** addetti scientifici che prestavano servizio a fine anno nelle sedi, i corsi di lingua e cultura italiana per gli italiani all'estero, così come i **109** lettori di ruolo sono parte di una rete che è strumento di diffusione della nostra lingua e cultura.*

rispettive iniziative, ad esempio attraverso: la calendarizzazione in occasione di eventi rilevanti (visite, ricorrenze, ecc.), il reperimento di *sponsors* tra le imprese in contatto con gli uffici commerciali delle ambasciate e gli uffici dell'ICE-Agenzia, l'estensione della partecipazione alle comunità degli affari e scientifica locale e più in generale ad interlocutori influenti degli altri soggetti del Sistema Paese e l'utilizzo di canali di informazione e comunicazione integrati (stampa locale, siti web, social media, ecc.).

La messa a sistema dell'attività degli Istituti Italiani di Cultura consente di accrescere il richiamo di iniziative

di promozione commerciale o di cooperazione scientifica ad essa collegate ed in generale di contribuire alla diffusione all'estero di un'immagine di eccellenza della qualità del patrimonio materiale ed immateriale dell'Italia, con un beneficio per la proiezione internazionale del nostro Paese in tutti i settori, dalle esportazioni all'attrazione degli investimenti, ai flussi turistici, alle immatricolazioni di studenti stranieri nelle università italiane.

In particolare, è rilevante e immediato il contributo degli Istituti Italiani di Cultura all'attrazione dei flussi turistici in Italia. L'attività di promozione

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

culturale e di diffusione della lingua italiana racchiude una forte capacità di suscitare interesse e curiosità per quei territori italiani da cui le espressioni artistiche e le manifestazioni del costume provengono, al punto da contribuire a fidelizzare settori delle società estere propensi a visitare l'Italia e propagare l'interesse per tali visite. In questa logica la capacità di monitoraggio degli Istituti Italiani di Cultura sulle motivazioni del viaggio in Italia confluisce nel focus Paese che annualmente ambasciate e consolati predispongono in collaborazione con l'ENIT per lo sviluppo della promozione dell'Italia quale destinazione turistica.

Oltre a questo contributo, per così dire indiretto, all'attrazione dei flussi turistici, gli Istituti Italiani di Cultura partecipano in forma diretta alla politica per il turismo articolando anche in chiave turistica i rispettivi programmi di attività, spesso in collaborazione con le regioni e gli enti locali, nonché ospitando specifici eventi promozionali in linea, d'altronde, con le intese concluse negli anni dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale con le amministrazioni centrali competenti per il turismo e con la stessa ENIT.

Questa e altre iniziative rivolte al pubblico straniero, agli operatori e agli organi di informazione locali sono state realizzate dalla rete estera in collaborazione con l'ENIT e con le agenzie per la promozione turistica delle regioni e degli enti territoriali. Gli Istituti Italiani di Cultura hanno realizzato eventi di promozione dei territori italiani con particolare attenzione al turismo culturale, alla valorizzazione del patrimonio storico e artistico nazionale e ai siti UNESCO.

Il raccordo all'estero tra uffici del Sistema Paese, che coinvolge pienamente gli Istituti Italiani di Cultura, è risultato inoltre ulteriormente rafforzato dalla legge 134/2012, che ha previsto l'integrazione logistico-funzionale degli uffici ENIT nella rete diplomatico consolare, con il coordinamento dei capi missione. In quest'ottica, rispettivamente dal 2015 e in programma per il 2016, gli Istituti Italiani di Cultura di Stoccolma e New York ospitano le strutture ENIT là collocate, con positive ricadute in termini di promozione del turismo culturale e dei nostri territori.



*l'istituto di  
Cultura di Madrid*

**La rete delle istituzioni scolastiche all'estero**

La rete delle istituzioni scolastiche all'estero costituisce uno strumento prezioso per la diffusione della lingua e della cultura italiana nel mondo e per il mantenimento dell'identità culturale dei figli dei connazionali e dei cittadini di origine italiana.

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

Presenti in tutto il mondo, le scuole italiane rappresentano un veicolo di diffusione di idee, progetti, iniziative, in raccordo con ambasciate e consolati e con le priorità della politica estera italiana. Spesso sono un punto di riferimento nei Paesi in cui operano, che può produrre per l'Italia ritorni di lunga durata in tutti i settori: culturale, politico ed economico.

Con la definizione di scuole italiane si intendono sia le scuole statali con personale in prevalenza di ruolo ed assegnato dall'Italia sia le scuole private che hanno ottenuto la parità, qualifica che permette di rilasciare titoli di studio validi a tutti gli effetti, al pari di quelli rilasciati dalle scuole statali in territorio nazionale (sussiste, infine, una categoria residuale di scuole non paritarie).

Il ruolo delle scuole italiane all'estero si è gradualmente evoluto in direzione del dialogo interculturale. I dati attuali mostrano una realtà dove l'utenza delle scuole italiane è prevalentemente locale. Tali scuole offrono infatti un curriculum bilingue che risponde alle esigenze formative di un'utenza sia italiana che locale. Inoltre, nella maggioranza dei casi, si tratta di scuole prestigiose e competitive nei confronti dei migliori istituti locali e stranieri presenti nel territorio.

Nel quadro della politica scolastica e culturale all'estero, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale promuove, tra l'altro, l'inserimento dello studio della lingua italiana nelle scuole straniere. A questo fine si sono venute formando nel corso degli anni nuove tipologie di insegnamento per cui sono state costituite sezioni italiane in scuole straniere e scuole bilingui, così come sono sorte scuole internazionali a seguito di accordi con il Paese ospitante, dove l'italiano è materia non solo di insegnamento come lingua straniera ma lingua veicolo dell'insegnamento in numerose materie.

Occorre infine ricordare anche la presenza delle sezioni italiane nelle scuole europee: queste ultime sono nate nel 1953 per offrire un insegnamento multilingue e multiculturale, dalla scuola materna alla secondaria superiore, soprattutto ai figli dei funzionari delle istituzioni comunitarie, ma anche, in molti casi, ad altri utenti, garantendo a tutti gli alunni l'insegnamento in lingua italiana.

### ***I corsi di lingua e cultura italiana a favore delle nostre collettività all'estero***

Alla rete delle scuole italiane all'estero si affiancano i corsi di lingua e cultura italiana per gli italiani all'estero e i loro discendenti, istituiti ai sensi della Legge 153/ 71 e successivamente regolamentati dall'art. 636 del d.lgs. 297/ 94.

Tali corsi, avviati inizialmente per mantenere vivo il legame con la lingua di origine, sono diventati negli anni uno strumento fondamentale nella strategia generale di diffusione dell'italiano, grazie alla capillare presenza nelle scuole locali, e hanno contribuito a caratterizzare l'italiano come lingua di cultura e non più esclusivamente di emigrazione.



I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

### ***I lettori di italiano***

La figura del lettore di italiano è fondamentale per la diffusione della lingua e della cultura italiana nel mondo. Il lettore infatti interagisce direttamente con un'utenza universitaria, motivata e predisposta all'apprendimento della lingua. Pertanto, il lettore deve possedere capacità professionali e relazionali di ottimo livello.

I lettori che operano nei dipartimenti di italiano in università straniere possono essere docenti di ruolo inviati dall'Italia o direttamente assunti dalle università straniere. Per questi ultimi sono previsti contributi per la creazione e il funzionamento di cattedre di lingua italiana.

### ***Gli addetti scientifici***

Gli addetti scientifici, per la quasi totalità ricercatori o docenti provenienti dai ruoli dello Stato o di enti pubblici, prestano servizio in diverse sedi all'estero. Hanno il compito di valorizzare i settori prioritari della ricerca scientifica e tecnologica italiana e di facilitare la penetrazione nei mercati stranieri di imprese italiane attive nei settori ad alta tecnologia. Svolgono anche attività di raccordo tra la comunità scientifica italiana e quella dei Paesi di accreditamento.

### ***La rete degli Uffici commerciali***

Anche il ruolo degli uffici commerciali fa parte dell'assetto di promozione del Sistema Paese, in cui la loro azione è imprescindibile dall'unicità della promozione che i soggetti rete effettuano congiuntamente. Gli uffici economico-commerciali di ambasciate e consolati svolgono un ruolo centrale per l'attività di promozione e di sostegno all'internazionalizzazione, espletata principalmente attraverso un supporto di tipo istituzionale e informativo, ovvero di primo orientamento ai mercati. Tale attività si basa su una visione complessiva degli interessi italiani nei singoli Paesi, alla luce delle dinamiche politiche ed economiche, della situazione di sicurezza, della nostra presenza in ambito culturale e scientifico-tecnologico, del ruolo delle comunità di origine italiana.

In questo specifico ambito, l'azione della rete diplomatico-consolare si è ulteriormente rafforzata con il nuovo assetto sulla promozione all'estero disciplinato dalla Legge 214/ 2011, in particolare anche grazie alla possibilità di beneficiare di importanti sinergie operative e logistiche con gli uffici dell'Agenzia ICE all'estero (secondo le modalità definite nella Convenzione MAE-MiSE-ICE del 6 luglio 2012)

A fine 2015, risultavano attivi oltre trenta uffici dell'Agenzia ICE integrati logisticamente con ambasciate o consolati. In particolare, tutti gli uffici o i punti di corrispondenza dell'Agenzia ICE istituiti negli ultimi anni sono stati collocati all'interno delle strutture della rete diplomatico-consolare (Addis

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

Abeba, Berna, Bogotá, Brazzaville, Luanda, Maputo, Accra, Houston e l'Avana). Questi uffici operano in sintonia e stretta collaborazione con gli uffici commerciali delle ambasciate nelle stesse sedi.

## C2. Gli strumenti

L'azione di promozione integrata di cui la lingua e la cultura italiana sono una componente fondamentale si esplica, oltre che tramite l'attività dei soggetti delle reti, anche mediante una serie di strumenti di cui questi si avvalgono.

### ***La promozione di convegni e manifestazioni nei settori espositivo, musicale, teatrale, cinematografico e letterario***

La realizzazione di iniziative culturali all'estero, sulla base di un programma che comprende diversi settori di attività e con il coinvolgimento di vari enti ed istituzioni italiane e straniere, rappresenta un importante veicolo di promozione del nostro patrimonio e consente di far conoscere all'estero le realtà della produzione culturale italiana contemporanea. L'organizzazione delle iniziative secondo circuitazioni in diverse sedi estere o nel quadro di articolate programmazioni mirate a specifici Paesi (grandi rassegne bilaterali) o a specifiche aree geografiche di particolare interesse (anni della cultura italiana), assicura un'azione di maggior impatto per la promozione complessiva del Sistema Italia.

In tale contesto, assumono un ruolo centrale le iniziative tematiche come la Settimana della lingua italiana nel mondo, che consentono di mobilitare tutta la rete diplomatico/consolare e degli Istituti Italiani di Cultura attorno ad un tema in un determinato periodo dell'anno. Questo con l'obiettivo di lanciare un messaggio coordinato, mirato e coerente con le priorità di promozione integrata.

### ***I contributi alle istituzioni scolastiche***

Tutta una serie di finanziamenti per il funzionamento delle istituzioni scolastiche all'estero, che vanno da contributi alle scuole paritarie italiane all'estero e a scuole straniere con insegnamenti in italiano a contributi per il miglioramento dell'offerta formativa degli allievi e a corsi di formazione per i docenti, concorrono ad un migliore funzionamento della rete delle scuole, permettendo loro di offrire un prodotto di qualità più elevata. Alcuni finanziamenti sono erogati per la promozione della lingua italiana nei sistemi scolastici nazionali (es. Albania, Croazia, Libano, Federazione Russa).

### ***I contributi alle cattedre di italiano***

Le cattedre di italiano sia nelle scuole che nelle università straniere, per le quali il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale fornisce contributi, sono uno strumento di cui ci si avvale con ottimi risultati per la diffusione della nostra lingua, al pari dei lettori e dei docenti inviati all'estero



I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

dall'Italia. La possibilità di istituire cattedre può anche essere prevista da appositi accordi e intese.

### ***I contributi alle traduzioni***

I premi e i contributi alle traduzioni sono un prezioso strumento di sostegno alla diffusione della conoscenza del libro italiano all'estero. Le richieste da parte delle case editrici sono istruite e trasmesse dalle ambasciate al Ministero che, con l'ausilio del parere di enti di primario rilievo culturale (Accademia della Crusca, Società Dante Alighieri, Consiglio Nazionale delle Ricerche, ecc.) valuta la qualità culturale dei progetti e il loro impatto sul mercato locale e quindi sul pubblico interessato alla cultura italiana.

### ***Le borse di studio***

Un altro strumento utilizzato per la promozione della nostra lingua e cultura e per favorire l'internazionalizzazione del sistema universitario sono le borse di studio, in relazione con i programmi bilaterali di collaborazione culturale.

Ne esistono vari tipi:

- le borse di studio concesse dal Governo italiano a cittadini stranieri e a cittadini italiani (IRE) residenti stabilmente nel Paese di accreditamento della rappresentanza diplomatica italiana;
- la concessione di contributi, derivanti da impegni internazionali in favore di prestigiose istituzioni di formazione accademica post-laurea, per la parziale copertura delle spese dei borsisti italiani;
- le borse di studio offerte dagli stati esteri e organizzazioni internazionali a cittadini italiani.

### ***I contributi agli scambi giovanili***

Al pari delle borse di studio gli scambi giovanili, attraverso specifici progetti di scambio, favoriscono un arricchimento di esperienze e conoscenze in vari settori e la conoscenza delle reciproche tradizioni e culture. Le attività degli scambi giovanili si svolgono sia in ambito bilaterale che multilaterale, nel quadro di iniziative che si incardinano nelle linee programmatiche annuali.

Ai progetti inseriti nel programma, svolti da associazioni, enti pubblici e privati, viene concesso un contributo finanziario di entità variabile per coprire spese di viaggio e soggiorno di cittadini stranieri in Italia e italiani all'estero. I contributi agli scambi giovanili vengono concessi anche ad enti e associazioni per l'attuazione di manifestazioni socio-culturali e a progetti ideati per perseguire le finalità degli accordi tra il nostro Paese e i governi di altri Paesi per l'attuazione degli scambi giovanili.

### ***I contributi alle missioni archeologiche***

Il sostegno alle missioni archeologiche italiane all'estero (187 nel 2015) costituisce uno strumento significativo di diplomazia culturale e di

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | C. Reti e strumenti

promozione del Sistema Paese, che permette al Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale di collaborare con i più importanti enti di ricerca e le maggiori università italiane. I Paesi in cui le missioni italiane svolgono attività di ricerca, scavo e restauro beneficiano della valorizzazione del proprio patrimonio culturale. Le richieste di contributo e le relative assegnazioni vengono valutate da una commissione interministeriale presieduta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale con la partecipazione del Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo e del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

***I programmi esecutivi culturali e i protocolli esecutivi scientifici***

I programmi esecutivi culturali e scientifici degli accordi bilaterali di collaborazione culturale e scientifica costituiscono la cornice per svolgere in molti Paesi le attività di cooperazione in questi settori.

In tale ambito, i programmi assumono la forma di “contenitori” di alcuni degli strumenti già descritti, in quanto prevedono varie forme di collaborazione che si concretizzano in un impegno delle parti di organizzare eventi, di erogare contributi e varie forme di cooperazione sia nel campo culturale che scientifico.

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale provvede al negoziato di tali programmi e protocolli. Nel 2015 sono stati rinnovati i programmi esecutivi di collaborazione culturale ed educativa con Croazia, Cipro e Russia e il programma esecutivo di collaborazione nell'ambito della cultura, dell'istruzione, dell'alta formazione e della ricerca con l'Iran; inoltre, è stato firmato in campo scientifico un nuovo protocollo esecutivo con l'Algeria e rinnovati quelli con Serbia, Repubblica di Corea e Polonia.

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | D. Collaborazione con altri enti ed istituzioni

## D. COLLABORAZIONE CON ALTRI ENTI ED ISTITUZIONI

Nell'azione di promozione della lingua e della cultura il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale collabora con numerosi altri enti e istituzioni. Molto stretto è il coordinamento con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, con il fine di presentare all'estero, tramite la rete diplomatica e culturale, il meglio della produzione contemporanea italiana in tutti i campi.

Altrettanto stretto è il coordinamento con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca con cui intrattiene un dialogo continuo e sistemico, in particolare per la gestione delle scuole all'estero e per sostenere l'internazionalizzazione delle università nel settore della scienza e tecnologia.

Molto viva è anche la collaborazione con il Ministero per lo Sviluppo Economico, con il CNR, la Società Dante Alighieri e l'Agenzia ICE.

La programmazione, che ha privilegiato gli aspetti del paesaggio e del patrimonio italiano, mettendo in evidenza anche realtà meno conosciute, con possibili positive ricadute sul turismo, ha favorito la collaborazione anche con altre entità quali regioni e comuni.

Nel settore della promozione del cinema italiano all'estero, vi è una significativa collaborazione, oltre che con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, con l'Istituto Luce-Cinecittà, con la RAI e con la Cineteca di Bologna.

Infine, va menzionato il fondamentale appoggio del settore privato, senza il quale sarebbe stato impossibile dare vita ad una serie di iniziative che si sono avvalse di questo fondamentale contributo per la loro realizzazione.

Nel campo della promozione della lingua, va citata la convenzione, sottoscritta nel giugno 2011 e rinnovata nel 2014, tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e la Società Dante Alighieri. Essa prevede costi invariati per lo Stato Italiano e contempla, in modo particolare, la possibilità per la Farnesina di indicare alla Dante Alighieri Paesi o aree prioritarie in cui rafforzare le collaborazioni. La Convenzione prevede inoltre incontri trimestrali di verifica delle attività svolte e di programmazione di progetti comuni di promozione linguistica e culturale.

La Società Dante Alighieri conta oltre 400 comitati locali in tutto il mondo e riceve annualmente dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione



*la sede della Società  
Dante Alighieri e della  
Commissione  
Nazionale Italiana per  
l'UNESCO a Roma*

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | D. Collaborazione con altri enti ed istituzioni

Internazionale un contributo che per l'esercizio finanziario 2015 è stato di € 600.000 come negli anni precedenti.

I comitati della Dante Alighieri svolgono attività di certificazione della lingua italiana.

Nei Paesi in cui non sono presenti Istituti Italiani di Cultura, i comitati della Dante Alighieri possono svolgere un ruolo di sostegno, con l'impulso e il coordinamento delle sedi diplomatiche o consolari ad esempio per quanto riguarda la Settimana della lingua.

Inoltre, i comitati della Dante Alighieri ricevono, qualora svolgano attività in qualità di enti gestori di corsi di lingua e cultura italiana rivolti ai connazionali all'estero, contributi dalla Direzione Generale per gli Italiani all'Estero.

Di particolare interesse in questo momento risulta la produzione della Dante Alighieri sull'italiano settoriale e degli affari, dedicato alle esigenze delle nostre imprese all'estero.

La Dante Alighieri è membro dell'Associazione CLIQ (Certificazione Lingua Italiana di Qualità) fin dalla sua creazione insieme a Università per Stranieri di Siena, Università per Stranieri di Perugia e Università Roma Tre. La convenzione sottoscritta nel giugno 2012 con l'Associazione è finalizzata a permettere che gli esami all'estero di certificazione delle competenze linguistiche possano essere tenuti presso gli Istituti Italiani di Cultura. Anche in tale ambito la Dante ha rapporti continui con la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese.

*La Società Dante Alighieri è tra i principali partner del Ministero: con i suoi oltre 400 comitati nel mondo, collabora con ambasciate, consolati ed Istituti Italiani di Cultura e ha organizzato nell'anno scolastico 2014/2015 corsi di lingua per 122.203 studenti.*

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | E. Il Gruppo di lavoro consultivo per la promozione della lingua e della cultura italiana

## E. IL GRUPPO DI LAVORO CONSULTIVO PER LA PROMOZIONE DELLA LINGUA E DELLA CULTURA ITALIANA

Nell'azione di perseguimento dei suoi obiettivi strategici nel settore della promozione della cultura e della lingua italiane all'estero, il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale necessita del costante confronto con tutte quelle istituzioni ed enti, pubblici e privati, attivi in questo campo. Per questa ragione, dopo la soppressione, in forza della legge n. 135/ 2012 (cosiddetta “*spending review*”) della Commissione Nazionale per la Promozione della Cultura Italiana all'Estero, istituita con la legge n. 401/ 1990, è stato istituito con decreto del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale n. 4165 del 4 agosto 2014 il Gruppo di lavoro consultivo per la promozione della lingua e della cultura italiana.

L'organismo si caratterizza, rispetto alla pre-esistente Commissione nazionale, per l'agilità della sua composizione e organizzazione. Il Gruppo di Lavoro si compone infatti, oltre che del Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale (che lo presiede) o da un Sottosegretario di Stato da questi delegato, del suo Capo di Gabinetto, del Segretario Generale e dei Direttori Generali per la Promozione del Sistema Paese e per gli Italiani all'Estero, dai rappresentanti di 11 enti esterni al Ministero, ovvero: il Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria della Presidenza del Consiglio dei Ministri, il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, la Conferenza unificata Stato-Regioni-Provincie-Comuni (2 membri), l'Accademia della Crusca, l'Accademia dei Lincei, la Società Dante Alighieri, il CNR, la Conferenza dei Rettori delle Università Italiane e la Commissione Nazionale UNESCO. La composizione del Gruppo di lavoro può essere di volta in volta integrata con la partecipazione di rappresentanti di altri enti, sulla base delle materie trattate nelle riunioni. In tale contesto, viene normalmente invitato anche il Segretario Generale del Consiglio Generale degli Italiani all'Estero, in ragione del ruolo che le nostre comunità nel mondo svolgono quali veicoli di promozione della cultura e della lingua italiane.

Al suo interno, sono inoltre costituite due sezioni, anch'esse con compiti consultivi: la sezione per l'editoria e i mezzi audiovisivi, che fornisce pareri sui contributi e premi che il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale concede annualmente alle traduzioni di libri italiani, oltre che sui programmi di sostegno all'editoria italiana; la sezione per le missioni archeologiche, che fornisce pareri in merito ai contributi alle missioni italiane nel mondo.



I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | E. Il Gruppo di lavoro consultivo per la promozione della lingua e della cultura italiana

Il Gruppo di Lavoro, inaugurato dal Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale Paolo Gentiloni nel dicembre 2014, si è riunito tre volte nel corso del 2015 sotto la presidenza del Vice Ministro Mario Giro. La prima riunione del 2015, tenutasi in marzo, è stata dedicata alla definizione delle principali attività in agenda per i mesi successivi, con particolare attenzione all'agenda culturale legata ad Expo Milano 2015 e alle diverse priorità geografiche individuate. Nella seconda riunione del giugno 2015, i rappresentanti degli enti coinvolti hanno fornito aggiornamenti sui programmi e i progetti avviati nel corso dell'anno. L'ultima riunione del 2015, svoltasi in novembre, è stata invece dedicata alla discussione e all'approvazione di un documento programmatico relativo alla strategia di promozione culturale e linguistica per il triennio 2016-2018. Il programma prevede obiettivi suddivisi sia per progetti che per aree tematiche e geografiche. Tale documento è alla base della strategia di promozione integrata adottata dalla Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese.

In particolare, sono stati posti obiettivi e delineate strategie sui seguenti punti:

- definizione di un quadro strategico per la promozione integrata nel Mediterraneo per affermare la cultura del dialogo;
- seguiti degli Stati Generali della lingua italiana nel mondo;
- diffusione dell'italiano in Cina;
- promozione linguistica nei Balcani;
- attività internazionale dei musei;
- formazione al restauro;
- missioni archeologiche;
- design 2016;
- arte, cultura e impresa;
- turismo culturale;

I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

## F. LA COMUNICAZIONE

Nel 2015 la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese del MAECI ha intensificato l'attività di valorizzazione mediatica della propria azione istituzionale in raccordo con il Servizio Stampa della Farnesina. In particolare, sono state sviluppate le seguenti iniziative:

- ammodernamento dei mini-siti degli Istituti Italiani di Cultura. I nuovi mini-siti sono più intuitivi e interoperano con *social media* e i più moderni dispositivi tecnologici;
- adozione del nuovo logo istituzionale degli Istituti Italiani di Cultura elaborato dallo studio grafico Tommaso Armenise e selezionato nel 2014 attraverso la piattaforma di *crowdsourcing* Zooppa, tra più di 2.000 proposte;
- creazione nelle pagine del sito [www.esteri.it](http://www.esteri.it) sugli "Stati Generali della lingua italiana nel mondo" di una sezione sull'evento "Riparlamone. La lingua ha valore" tenutosi nell'ottobre 2015, come ponte verso la 2a edizione degli Stati Generali della lingua italiana nel mondo (ottobre 2016);
- in occasione della "XV Settimana della lingua italiana nel mondo" (ottobre 2015) si è elaborata una strategia di promozione che ai diversi strumenti mediatici degli Istituti Italiani di Cultura ha affiancato diverse emittenti radiofoniche, in particolare Radio 3, i cui programmi hanno dato ampio risalto agli eventi svoltisi nelle reti culturale e diplomatico-consolare sul tema "L'italiano della musica, la musica dell'italiano";
- anche nel campo della promozione della lingua e della cultura si è data applicazione al dlgs n. 33 del 14 marzo 2013 sulla trasparenza con pubblicità e diffusione di informazioni da parte della Farnesina, curandone la corretta pubblicazione nel sito web;
- armonizzazione dei siti Extender, Infomercati, RISseT e delle piattaforme tecniche in uso presso la Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese con il complesso dei minisiti collegati al sito [www.esteri.it](http://www.esteri.it);
- costante aggiornamento della pagina della rete interna Maenet "Procedure della Direzione Generale per la Promozione del Sistema Paese" che rende più agevole reperire normative, circolari e documentazione contabile, finanziaria e di bilancio relative al periodo 1996-2015 da parte degli uffici della rete estera;
- definizione di struttura e contenuti del "Portale della lingua italiana nel mondo" presentato all'evento Riparlamone: la lingua ha valore. Il lancio del Portale è in programma nella II edizione degli Stati Generali della lingua italiana nel mondo. Il sito è in corso di realizzazione in collaborazione con il Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, l'Accademia della Crusca, l'Accademia dei Lincei, la Società Dante Alighieri, l'Enciclopedia Treccani, la

## I. Struttura, risorse, strumenti e obiettivi | F. La comunicazione

Rai, l'Università membri dell'Associazione CLIQ, l'Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato.

Sempre in questo quadro è stato pubblicato l'aggiornamento "Riparlamone: la lingua ha valore" del Libro bianco diffuso a seguito degli Stati Generali della lingua Italiana nel mondo del 2014.

- ampliamento del sito internet sull'Anno dell'Italia in America Latina ([www.annoitaliaamenricalatina.it](http://www.annoitaliaamenricalatina.it)). Nel 2015, il sito ha avuto più di 53.000 visualizzazioni. Oltre all'Italia, i Paesi in cui si è riscontrato il maggior numero di sessioni attivate sono Argentina, Stati Uniti, Brasile e Messico.

Particolare attenzione è stata prestata allo sviluppo di alcuni settori:

- scuole italiane all'estero: è attiva dall'anno scolastico 2013-14 la modalità online che consente ai docenti in Italia e all'estero di presentare domanda come commissari esterni negli esami di Stato;
- cooperazione scientifica e tecnologica: sono stati portati avanti alcuni progetti di informazione pensati per il mondo dei ricercatori, delle università e dei centri di ricerca: RISeT (Rete Informativa Scienza e Tecnologia) e Innovitalia. Il primo per la diffusione delle informazioni scientifiche e tecnologiche raccolte dalla rete degli addetti scientifici, dalle ambasciate, dai consolati e dagli Istituti Italiani di Cultura. Il secondo è una piattaforma per facilitare uno scambio bidirezionale tra ricercatori nel nostro Paese e nel mondo ospitata sul sito del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca ResearchItaly, che offre agli attori del mondo scientifico, della ricerca e dell'innovazione tecnologica costanti aggiornamenti sull'azione di diplomazia scientifica della Farnesina;
- collezione d'arte contemporanea della Farnesina: si sono poste le basi per l'adesione della Collezione a Google Cultural Institute, mediante la firma di un apposito accordo avvenuta nel giugno 2015;
- scambi giovanili.

Più informazioni in dettaglio relative ad alcuni di questi mezzi di informazione si troveranno nei capitoli dedicati agli Stati Generali della lingua italiana nel mondo, agli Istituti Italiani di Cultura, alle istituzioni scolastiche ed alla cooperazione scientifica e tecnologica.

Quanto a mezzi più tradizionali di comunicazione, occorre fare accenno ad alcune pubblicazioni che sono state stampate e diffuse nel corso dell'anno:

- "Capolavori dalla Collezione Farnesina. Uno sguardo sull'arte italiana dagli Anni Cinquanta a oggi" (Gangemi Editore) che ha accompagnato il ritorno della Collezione nella penisola balcanica;
- "Alle origini dell'Unione Europea. Architettura e arte italiana per il Palazzo della Farnesina" (Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato) che testimonia la ricchezza del patrimonio del Ministero degli Affari Esteri e della