



## Premessa

Oxfam Italia ha deciso di contenere i rischi reputazionali e relazionali scatenati dalla crisi mediatica dello scorso febbraio con un **Action Plan italiano (IAP)**, che prevede diverse e complementari linee d'azione, dal cambiamento culturale, a più incisive politiche e pratiche di procedure di salvaguardia, ad un piano di ascolto e comunicazione con gli stakeholder. Quest'ultimo in particolare si è articolato in due fasi; la prima di assoluto contenimento del rischio, con la diramazione di un posizionamento ufficiale e una serie di comunicazioni a corredo, ottenendo come feedback oltre 100 messaggi di sostegno, pubblicati su <https://www.oxfamitalia.org/impegno-concreto/>, la seconda più strutturata e improntata all'ascolto delle reazioni e dei suggerimenti degli stakeholder.

## **La crisi e gli stakeholder; cosa abbiamo imparato e quale è stato il nostro obiettivo**

- La crisi è continua; non finisce ad un certo punto perché il caso non è più riportato sui giornali
- quando una crisi improvvisa si manifesta, questa va culturalmente colta come una 'opportunità'; con questo mindset l'ascolto diventa necessariamente strutturato e si trasforma in un processo continuo: prima, durante e dopo la comunicazione;
- la comunicazione, se e quando è efficace, è solo uno strumento che rafforza la qualità della relazione, consentendo all'organizzazione di accorciare i tempi di raggiungimento degli obiettivi perseguiti;
- gli stakeholder possono essere attivi: perché consapevoli di avere titolo a interloquire e presumibilmente interessati a contribuire a ritardare o accelerare il raggiungimento degli obiettivi; oppure possono essere potenziali: perché non consapevoli, ma che l'organizzazione ritiene rilevanti e, se e quando lo vorrà, potrà renderli consapevoli e provare a coinvolgerli;
- la relazione con gli stakeholder va dunque orientata, agita e misurata in funzione del raggiungimento di obiettivi specifici.

**In questo caso l'obiettivo è stato uscire dalla crisi rafforzando, allargando e migliorando la qualità delle relazioni con i nostri stakeholder attivi, anche e soprattutto, attraverso i nostri comportamenti. Soltanto loro possono aiutarci a capire come, cosa e quando farlo.**

## **L'ascolto in pratica**

Finalità

- Rafforzare la relazione
- Difendere la reputazione
- Ottenere commitment a continuare a stare al nostro fianco
- Raccolta e analisi dei feedback
- Costruire alleanze finalizzate al superamento della crisi

Metodologia: 5 fasi operative (definite e implementate con UF, TMF e Methodos)

- MAPPATURA degli stakeholder
- DEFINIZIONE DI UN CAMPIONE di 150 soggetti appartenenti alle diverse categorie
- INTERVISTE TELEFONICHE al campione (dal 9 marzo). Le interviste sono state registrate e i feedback raccolti ed archiviati attraverso schede individuali.  
Due domande: Cosa hai capito/ricordi; se tu fossi in noi, cosa riterresti necessario fare, anche insieme a te?
- SURVEY ONLINE costruito sulla base dei feedback, articolato in 4 macrocategorie di sh, e somministrato ad oltre 55.000 indirizzi mail validi
- WORKSHOP per il CAMBIAMENTO (21 giugno )

Lezioni apprese

- L'ascolto è un percorso aperto e partecipativo, che al contempo si configura come un atto profondamente consapevole e razionale.
- È necessario che un soggetto selezioni chi ascoltare, definisca quale metodo applicare, e in quale modo interpretare quanto gli interlocutori hanno deciso di raccontare, per avviare di conseguenza un cambiamento collettivo.

### **Principali risultati SURVEY ON LINE**

Lancio: 17 maggio

2 versioni del questionario: interni/esterni (a loro volta articolati in 4 gruppi)

Risposte interni (collaboratori, volontari, soci): 112

Risposte esterni: 428

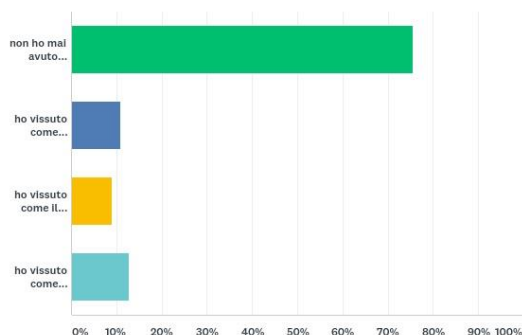
Di cui piccoli donatori e attivisti: 377

Tempo medio di compilazione: 5 minuti

## INTERNI

### Comportamenti impropri

Q2 Quali comportamenti impropri hai avuto modo, eventualmente, di sperimentare direttamente o indirettamente in Oxfam?



non ho mai avuto esperienza diretta o indiretta di comportamenti impropri 75,45%

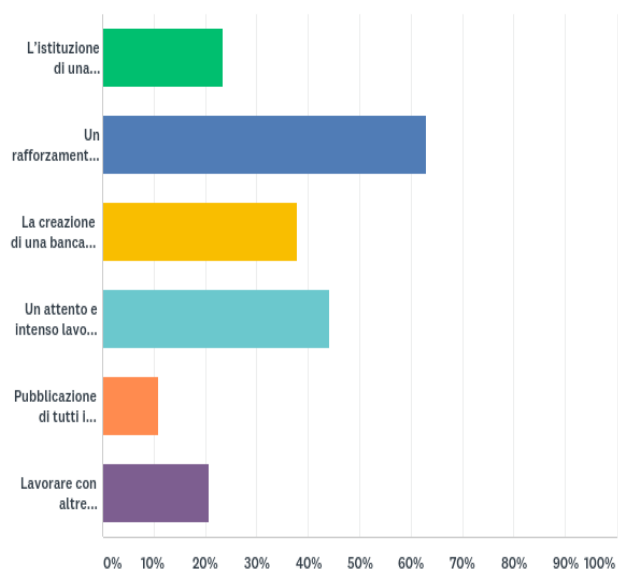
ho vissuto come l'importanza e l'impatto del lavoro di Oxfam possano portare alcuni a sentirsi onnipotenti 10,91%

ho vissuto come il desiderio di aiutare gli altri possa celare atteggiamenti maschilisti o machisti 9,09%

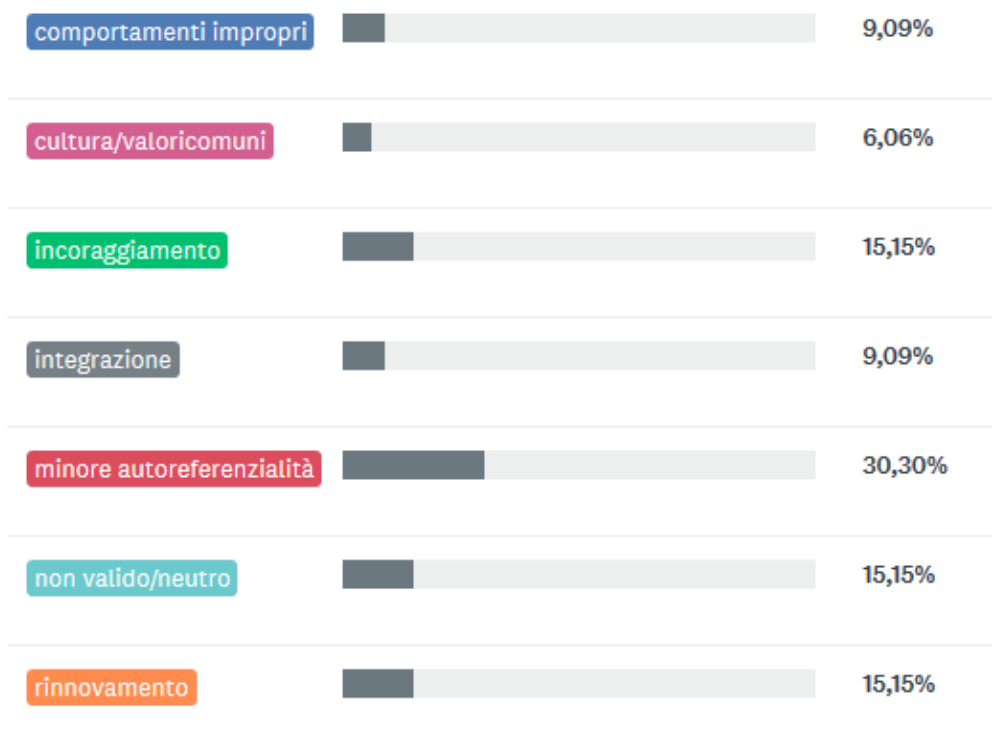
ho vissuto come l'importanza e l'impatto del lavoro sul campo possano nascondere un senso di superiorità verso i colleghi o le comunità locali 12,73%

### Rilevanza dei singoli punti del piano d'azione globale

Q5 Abbiamo deciso e avviato un piano d'azione per rafforzare le nostre procedure di prevenzione e controllo di comportamenti, articolato in più punti. Indica quali di questi ti convincono di più (selezionare al massimo 2 opzioni):

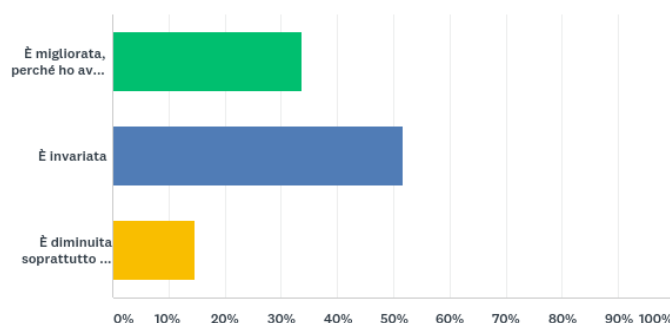


### Suggerimenti liberi



ESTERNI  
Fiducia

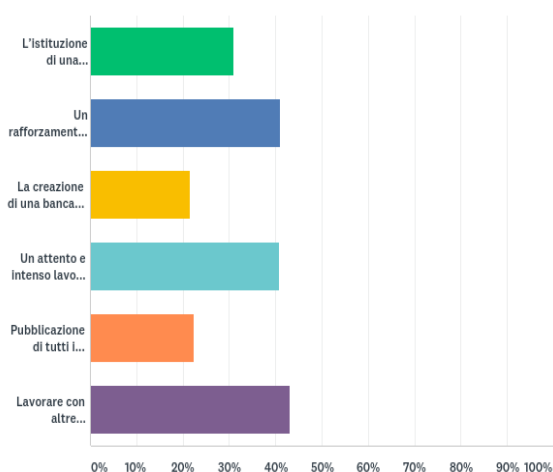
Q2 Da quando sei entrato in contatto con Oxfam Italia la prima volta, quanto è cambiata la tua opinione nei confronti dell'organizzazione?



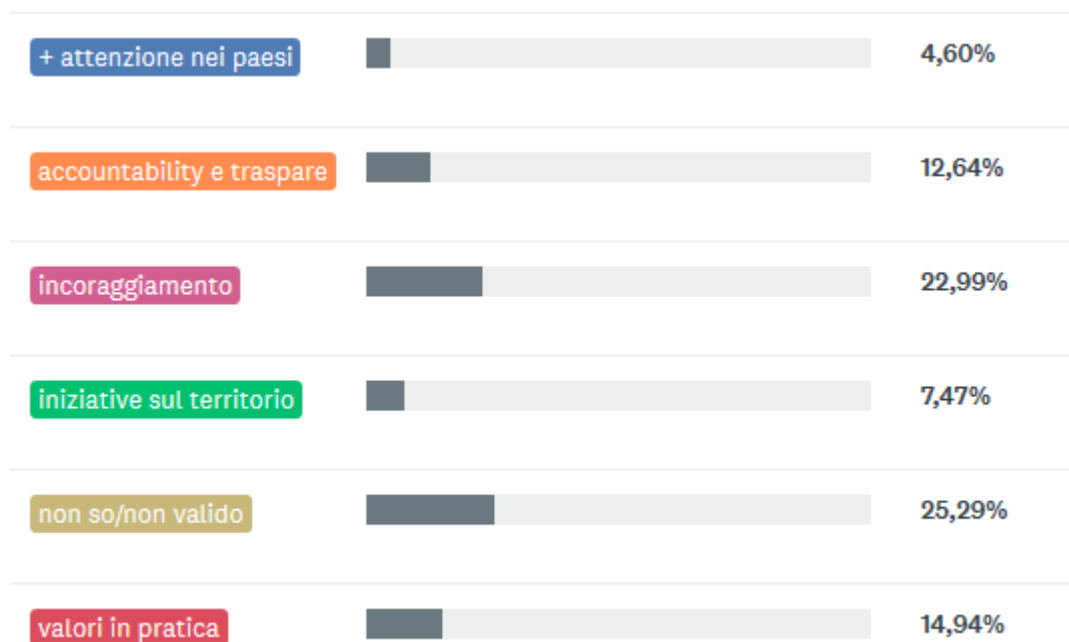
- È migliorata, perché ho avuto l'opportunità di conoscere meglio l'importanza del lavoro di Oxfam 33,60%
- È invariata 51,73%
- È diminuita soprattutto per quanto ho avuto modo di leggere/vedere/ascoltare che mi ha portato a ritenere che l'organizzazione non sia poi così in sintonia con i miei valori 14,67%

Rilevanza dei singoli punti del piano d'azione globale

Q3 Abbiamo deciso e avviato un piano d'azione per rafforzare le nostre procedure di prevenzione e controllo di comportamenti, articolato in più punti. Indica quali di questi ti convincono di più (selezionare al massimo 2 opzioni):



## Suggerimenti liberi



Saprei Questionario Italia Aggiungere Fate Mail Dare Comunicazione  
Bisogno Sociali Conosco Cercare Trasparenza  
Controllo Continue Credo Organizzazioni Lotta  
Azioni Coraggio Possibile Partecipare Attivamente Impegno Livelli  
Attenzione Ricchi Fiducia

## Principali spunti emersi dal WORKSHOP PER IL CAMBIAMENTO

Giovedì 21 giugno si è tenuto presso la nostra sede nazionale a Firenze il “*Workshop per il cambiamento*”, promosso da Oxfam e Methodos, con la collaborazione dell’attrice Lucilla Giagnoni, di Eleonora Pinzuti e dell’Associazione Per La Retorica.

Al workshop hanno partecipato 44 stakeholder:

- interni (lavoratori, soci, membri del board, volontari)
- esterni (donatori, partner, altre ONG, istituzioni, aziende)

Durante la giornata sono stati presentati e discussi, raccogliendo input rilevanti dai partecipanti:

- risultati del percorso di ascolto
- Action Plan di Oxfam Italia in materia di safeguarding, cambiamento culturale ed
- engagement.

Principali spunti raccolti:

- mettere al centro dell'attenzione le vittime dei casi di abuso
- puntare sulla prevenzione
- continuare ad ascoltare
- dare conto dei progressi globali
- avere maggiori possibilità di incontro diretto con gli operatori
- sviluppare un piano di accountability digitale

### **Ancora in ascolto: dall'engagement all'involvement**

In ogni momento del percorso di ascolto è stata registrata una richiesta esplicita: **coinvolgeteci**, continuate a dialogare con noi, in maniera più accurata, naturale e costante di quanto fatto fino ad adesso.

I nostri stakeholder ci hanno aiutato a comprendere, quindi, come raggiungere l'obiettivo (uscire dalla crisi rafforzando, allargando e migliorando la qualità delle relazioni con i nostri stakeholder attivi, anche e soprattutto, attraverso i nostri comportamenti), quale atteggiamento modificare.

In questo senso, mantenendo l'approccio metodologico aperto del piano di ascolto post crisi, un approccio che potrebbe definirsi lento ma profondo, Oxfam Italia continuerà a dialogare con i suoi stakeholder per definire insieme le modalità del loro coinvolgimento e la politica alla base dell'ascolto permanente (**RELAZIONE**), i principali momenti e le attività più adeguate di restituzione rispetto a quanto accade sul campo (**ACCOUNTABILITY**), il nostro stile comunicativo e i nostri tratti distintivi (**IDENTITÀ**).

Tutto questo risponderà anche alla principale esigenza espressa in particolare dagli stakeholder interni, che suggeriscono con forza di uscire da un atteggiamento autoreferenziale e di comunicare meglio e di più ciò che siamo e ciò che facciamo.