

Risoluzione 6
(Consiglio dei Delegati, 29-30 ottobre 1999)

La politica del Movimento sulla advocacy

Il Consiglio dei Delegati,

accogliendo con favore gli esiti del dibattito relativo alla advocacy tenutosi nel corso della sessione del 1997,

considerando il documento presentato al Consiglio dei Delegati dal titolo "La partecipazione del Movimento Internazionale di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa alle attività di advocacy",

ricordando che le attività di advocacy – indirizzate a difendere, sostenere o prendere le parti di qualcuno (una causa od una policy) - sono parte integrante della missione della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa, in aggiunta o a completamento dei servizi resi alla collettività,

ricordando inoltre il Principio di umanità, secondo il quale il Movimento Internazionale della Croce Rossa e Mezzaluna Rossa si sforza di prevenire e di alleviare in ogni circostanza le sofferenze umane,

constatando che, sebbene le attività di advocacy possano essere normalmente condotte attraverso il dialogo con i governi e le altre parti interessate, la diplomazia confidenziale, altre forme di comunicazione, dichiarazioni di principi pubbliche o proposte nell'ambito di conferenze, potrebbe risultare necessario ricorrere al lancio di una campagna pubblica per alcune questioni a carattere nazionale o internazionale di particolare importanza o che abbiano poche probabilità di essere cambiate in meglio attraverso attività di advocacy tradizionali,

visti i risultati ottenuti sia a livello nazionale che internazionale da parte del Movimento Internazionale di Croce Rossa e Mezzaluna Rossa a favore delle vittime dei conflitti o delle catastrofi e delle persone vulnerabili,

1. *incoraggia* le componenti del Movimento a proseguire le iniziative di advocacy volte a fornire la consapevolezza circa le condizioni delle vittime dei conflitti o delle catastrofi e delle persone vulnerabili;
2. *conferma* che, benché le iniziative di advocacy possano essere normalmente realizzate mediante il dialogo e la diplomazia riservata, può risultare necessario ricorrere a campagne pubblicitarie e ad altre forme di attuazione, tenuto conto, per ogni distinta componente del Movimento, dello specifico mandato, secondo quanto definito negli Statuti del Movimento, delle capacità e dei contesti operativi;
3. *decide* quanto segue a proposito delle campagne pubbliche:
 - a) Una Società Nazionale o un gruppo di Società Nazionali che considerino l'opportunità di lanciare una campagna nazionale dovrebbero tenere in considerazione:
 - le probabili conseguenze che tale iniziativa potrebbe avere sul mantenimento di relazioni positive con i governi o con altre organizzazioni interessate dalla campagna;
 - la necessità di tutelare e mantenere distinta la propria identità, allorquando vengano predisposte forme di cooperazione con altre organizzazioni aventi interessi simili;
 - le eventuali conseguenze per le altre componenti del Movimento.
 - b) Per quanto concerne le campagne volte a promuovere, a livello internazionale, un maggiore rispetto del diritto internazionale umanitario, migliori forme di assistenza delle vittime dei conflitti e delle catastrofi, o azioni più efficaci per rispondere ai bisogni dei membri più vulnerabili della società:
 - tutte le decisioni volte al lancio di tali campagne dovranno essere il risultato di un processo rigoroso, strutturato e trasparente;

- tali campagne dovranno essere lanciate nel quadro definito dal CICR e dalla Federazione Internazionale e rispettando i principi generali definiti da tali istituzioni, anche in maniera congiunta.

Le campagne internazionali di questo genere dovranno rispettare i seguenti criteri:

- il lancio della campagna sarà predisposto mediante consultazioni iniziali con tutte le componenti del Movimento; sarà conforme alle loro rispettive missioni, così come sono definite negli Statuti del Movimento e sarà approvato da parte degli organi competenti;
- il calendario di tutta la campagna di advocacy condotta a livello internazionale dovrà essere approvato dal CICR e dalla Federazione Internazionale;
- attraverso le loro operazioni nei loro programmi, le componenti del Movimento dovranno possedere, a proposito degli obiettivi della campagna, l'esperienza e la conoscenza necessarie affinché il progetto possa essere attuato in maniera credibile ed efficace;
- è definito in maniera rigorosa il risultato auspicato della campagna ed è chiaramente determinato lo stanziamento a lungo termine delle risorse necessarie per lo svolgimento della campagna;
- le linee guida per la comunicazione e le modalità in cui vengono prese le decisioni sono determinate nell'ambito del Movimento e sono individuati i meccanismi che permettano di valutare l'impatto della campagna;
- le azioni previste ed i messaggi da diffondere non dovranno avere un impatto negativo sull'azione delle altre componenti del Movimento, né comprometterne l'identità, i rapporti di collaborazione con le autorità o la capacità e l'efficacia dal punto di vista operativo.