

NATIONAL TRAINING IN ITALY
30 giugno e 1 luglio 2025
Coalizione Italiana per le Libertà e i Diritti civili

Come costruire una strategia di advocacy: pensare oltre il caso
Andrea Oleandri – Co-Direttore Esecutivo CILD

Enhance the knowledge and skills of legal professionals and other stakeholders in using
strategic litigation to enforce the rights of persons with disabilities

101142024 – LITIS – CERV-2023-CHAR-LITI



Funded by the
European Union

Advocacy e contesto giuridico

Nei sistemi giuridici europei (civil law), le sentenze non sono vincolanti come nei sistemi di common law.

Le azioni legali strategiche possono per questo essere affiancate da **attività di advocacy** e comunicazione per avere un impatto duraturo.

I requisiti di un caso strategico

1. **Base legale solida** o area grigia da esplorare
2. **Tribunale propenso** ad accogliere la tematica
3. **Piano comunicativo** coerente fin dall'inizio

Impatti positivi dell'advocacy

- Riforma legislativa
- Cambiamento culturale
- Rafforzamento della partecipazione civica
- Educazione pubblica sui diritti umani

Il ruolo dell'advocacy

Complementare al contenzioso legale.

Deve essere **presente prima, durante e dopo** il processo.

Serve a:

- ✓ Aumentare consapevolezza pubblica
- ✓ Fare pressione sulle istituzioni
- ✓ Garantire l'attuazione delle decisioni giudiziarie

Casi di successo

- Ratifica dell'UNCRPD, la strategia europea per la disabilità 2010-2020 e la successiva Strategia per i diritti delle persone con disabilità 2021-2030 frutto della pressione delle ONG, attivisti e coalizioni di persone con disabilità.
- L'Atto Europeo sull'Accessibilità del 2019 grazie alle pressioni esercitate dal Forum Europeo sulla disabilità (EDF).
- Regolamento (CE) n. 1107/2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, per i diritti delle persone con disabilità e a mobilità ridotta discriminate nei viaggi in aereo. Grazie al lobbying di diverse organizzazioni

Le risorse necessarie

- Risorse finanziarie
- Risorse umane
- Risorse materiali

La creazione di una rete di alleati

1. Mass Media
2. Stakeholder nazionali e internazionali (Ong, istituzioni accademiche, governi o agenzie, settore privato, influencer...)

L'importanza di una buona mappatura degli stakeholders

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Enhance the knowledge and skills of legal professionals and other stakeholders in using strategic litigation to enforce the rights of persons with disabilities



101142024 — LITIS — CERV-2023-CHAR-LITI

LITIS



Funded by the
European Union

NATIONAL TRAINING IN ITALY
30 Giugno – 1 Luglio 2025
Coalizione Italiana per le Libertà e i Diritti civili

Un modello generale di obiettivi della strategia di advocacy
Andrea Oleandri – Co-Direttore Esecutivo CILD

Enhance the knowledge and skills of legal professionals and other stakeholders in using
strategic litigation to enforce the rights of persons with disabilities



101142024 – LITIS – CERV-2023-CHAR-LITI

LITIS



Funded by the
European Union

Perché serve una strategia di advocacy

Molti gruppi affrontano **barriere sistemiche** che impediscono l'accesso alla giustizia.

L'advocacy strategica è un **strumento di empowerment legale**.

Obiettivi principali

- Inserire il caso nell'agenda politica
- Riformare prassi e leggi discriminatorie
- Rafforzare i diritti riconosciuti
- Denunciare politiche lesive dei diritti umani

Obiettivi aggiuntivi

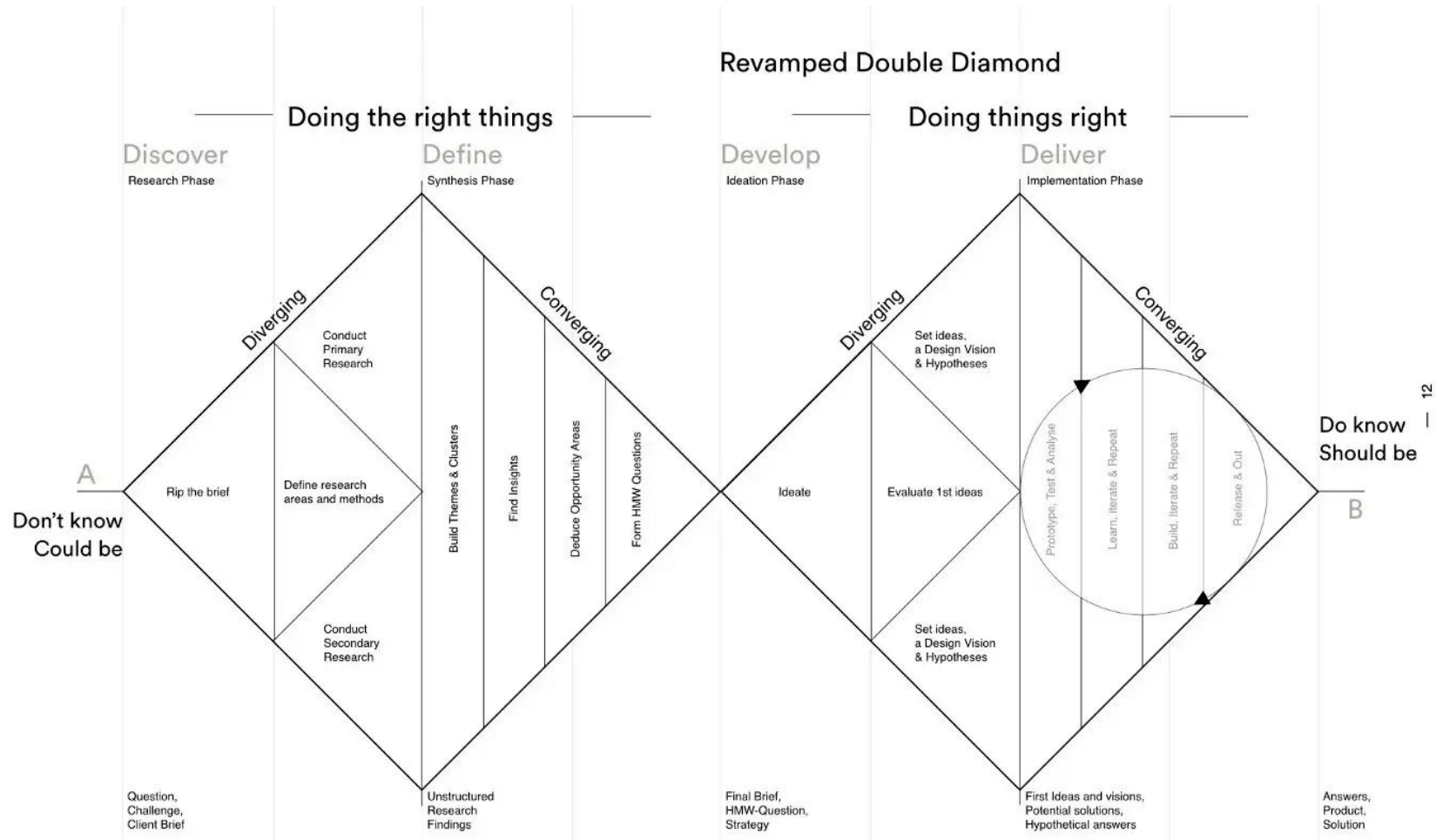
- Riforme legali e politiche pubbliche
- Cambiamento della percezione sociale
- Rafforzare la società civile
- Promuovere dialogo tra Stato e cittadini

Il design thinking al servizio dell'advocacy

Il Design Thinking si è affermato nel tempo come un approccio innovativo alla risoluzione dei problemi ed è diventato una delle metodologie più efficaci per lo sviluppo di prodotti, servizi e strategie incentrati sulle esigenze degli utenti.

Il Design Thinking si basa su tre principi fondamentali: empatia, sperimentazione e iterazione.

II double diamond



Le fasi di una campagna

- **Preparazione e pianificazione (1-3 mesi).**

Questa fase comprende la mappatura degli stakeholder, la fase di ricerca preparatoria per approfondire l'argomento che si andrà a trattare, la costruzione della coalizione, la raccolta delle risorse (umane, finanziarie, tecnologiche) e la definizione degli obiettivi.

- **Sviluppo della strategia e lancio della campagna (3-6 mesi).**

La seconda fase può comprendere la creazione di messaggi chiave, il lancio della campagna pubblica, il coinvolgimento dei media e la promozione delle attività.

- **Attuazione (6-12 mesi).**

Questa è la massima fase operativa, caratterizzata da azioni legali concrete, dalla mobilitazione dei sostenitori, da eventi di sensibilizzazione e da attività di lobbying.

- **Valutazione intermedia e adattamento (6 mesi).**

In ogni campagna e iniziativa è fondamentale prevedere degli obiettivi (aspetto che approfondiremo in seguito) e una valutazione periodica dei progressi ottenuti, anche per attuare eventuali aggiustamenti o adattamenti delle strategie e delle tattiche, in base al feedback e ai risultati ottenuti.

- **Consolidamento e chiusura (6-12 mesi).**

Nelle fasi finali del lavoro, i successi saranno consolidati, con l'obiettivo di garantire l'attuazione delle decisioni giudiziarie e, di conseguenza, i cambiamenti politici.

- **Valutazione finale.**

Case exercise



Caso di partenza

In una città italiana, una persona con disabilità visiva ha denunciato la mancanza di segnali tattili e sonori in una nuova stazione ferroviaria. L'intervento è costato milioni di euro ed è stato presentato come un modello di modernità. Le autorità locali si difendono dicendo che “non era previsto nel capitolato”. Il caso ha ricevuto attenzione sui social ma nessun riscontro politico.

Case exercise

Oltre il caso individuale

In che modo questo episodio segnala un problema strutturale più ampio?

Qual è la posta in gioco per i diritti delle persone con disabilità?

Obiettivi di advocacy

Se volessimo agire, che tipo di cambiamento strutturale dovremmo puntare a ottenere?

(Normativo? Culturale? Comportamentale da parte delle istituzioni?)

Ha senso avviare un caso legale come parte dell'attività strategica?

Attori e alleanze

Chi dovrebbe essere coinvolto per rafforzare la nostra voce?

Quali alleanze trasversali potrebbero rafforzare l'impatto?

Messaggi e canali

Come raccontare il caso per costruire consenso pubblico?

Quali messaggi chiave potrebbero essere più efficaci?

GRAZIE PER L'ATTENZIONE

Enhance the knowledge and skills of legal professionals and other stakeholders in using strategic litigation to enforce the rights of persons with disabilities



101142024 — LITIS — CERV-2023-CHAR-LITI

LITIS



Funded by the
European Union