



## **La storia di Presenza Svizzera in breve**

### **Organizzazione precedente: la Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero (COCO)**

La COCO trae le sue origini dal dibattito parlamentare del 27 maggio 1970 nel corso del quale venne auspicata una più stretta collaborazione fra le organizzazioni pubbliche e quelle semipubbliche operanti a favore della presenza della Svizzera all'estero. Per decenni, l'immagine della Svizzera all'estero è stata globalmente eccellente e non è praticamente mai stata scalfita, sebbene alcune nubi l'abbiano talvolta adombrata, ad esempio in Paesi come l'Italia e la Spagna all'epoca delle iniziative Schwarzenbach.

Questo auspicio venne concretizzato innanzitutto l'11 dicembre 1974 con l'elaborazione del «Programma generale per la presenza della Svizzera all'estero», cui seguì la legge federale del 19 marzo 1976 che istituzionalizzò definitivamente l'organo incaricato di elaborare il programma generale.

I compiti della COCO sono stati definiti come segue:

- la Commissione allestisce un programma generale per la presenza della Svizzera all'estero;
- coordina le misure nell'ambito di questo programma;
- può sostenere finanziariamente tali misure per favorire la presenza della Svizzera all'estero;
- sono riservate le disposizioni legali sui compiti delle istituzioni interessate.

L'ordinanza del Consiglio federale del 20 ottobre 1976 precisa inoltre che la COCO determina le priorità regionali e settoriali e svolge le mansioni di una commissione delle esposizioni universali.

Sin dai suoi inizi, la Commissione è stata composta da una ventina di membri (Dipartimenti federali, organizzazioni semipubbliche o private: Pro Helvetia, OSEC, Svizzera Turismo, SSR, Fondo nazionale svizzero, Vorort, Unione delle camere di commercio, ASB, Intermundo, Organizzazione degli svizzeri all'estero, Associazione olimpica svizzera).

L'organico della segreteria della COCO, annessa al DFAE, è sempre oscillato tra 2 e 5 collaboratori. I mezzi finanziari sono passati dagli iniziali 0,63 milioni agli attuali 2,4 milioni di franchi (le spese per la partecipazione a esposizioni universali vengono di volta in volta coperte da crediti speciali, senza assegnazione di personale supplementare). Visti i modesti mezzi a disposizione, la COCO non ha mai potuto svolgere pienamente il ruolo che le era stato assegnato in origine. Con i crediti stanziati e la rudimentale infrastruttura esistente, è apparso subito evidente che la COCO non sarebbe stata in grado di dare gli impulsi decisivi per rianimare un settore tanto vasto quanto la presenza svizzera all'estero.

### **Gli inizi di Presenza Svizzera**

A partire dal 1996, la vicenda degli averi non rivendicati e l'enorme eco mediatica che ha suscitato, in particolare negli Stati Uniti, in Gran Bretagna e in Israele, hanno sensibilmente accresciuto l'interesse per i problemi d'immagine nel nostro Paese. La Commissione della politica estera del Consiglio nazionale ha affrontato nell'aprile del 1997 il tema «L'image de la Suisse à l'étranger - Regards des autres et image de soi» e ha svolto un'analisi approfondita nell'ambito della sotto-commissione «Image». Il 4 novembre 1997 ha adottato un rapporto (97.085) all'indirizzo del Consiglio nazionale nel quale si sottolinea quanto segue:

*«Le strutture che permettono già sin d'ora di diffondere informazioni sulla Svizzera e assicurarne la presenza all'estero devono essere oggetto di un'attenzione particolare, siano esse la Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero, Radio Svizzera Internazionale,*

*le scuole svizzere all'estero e altre fonti informative a disposizione della cosiddetta quinta Svizzera. Una considerazione particolare deve essere rivolta al settore della comunicazione (TV, stampa, radio, CD-Rom, Internet ecc.) nonché agli scambi a livello universitario, culturale e sportivo (comprese le esposizioni universali)».*

Questa valutazione parlamentare della situazione ha portato alla presentazione di vari interventi che chiedevano tra l'altro la ridefinizione del mandato della COCO e l'eventuale rafforzamento di quest'organismo. Quest'ultima proposta (98.3002), accolta dal Consiglio nazionale sotto forma di postulato il 30 marzo 1998, aveva il seguente tenore:

*Si invita il Consiglio federale:*

- 1. a conferire alla Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero (COCO) un mandato di prestazioni che le consenta di realizzare azioni mirate e coordinate nei Paesi in cui ve ne fosse bisogno;*
- 2. a rafforzare, se del caso, con mezzi finanziari ed effettivi la segreteria della COCO.*

L'8 settembre 1999 il Consiglio federale ha presentato al Parlamento il messaggio sul nuovo orientamento e il rafforzamento della Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero (COCO) volto a concretizzare il postulato 98.3002.

### **Istituzione e mandato di Presenza Svizzera**

Istituita con decreto federale del 24 marzo 2000 quale unità amministrativa decentrata della Confederazione, Presenza Svizzera è integrata nel Dipartimento federale degli affari esteri. La legge federale concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero e la rispettiva ordinanza sono entrate in vigore il 15 novembre 2000.

Rientra nei compiti della comunicazione internazionale stabiliti per legge promuovere la visibilità della Svizzera all'estero, presentare all'opinione pubblica estera le posizioni e gli interessi politici della Svizzera, nonché creare e mantenere una rete di relazioni fra la Svizzera e i centri decisionali e gli organi d'informazione all'estero.

### **Altri sviluppi**

In seguito alle deliberazioni sul messaggio concernente l'aiuto finanziario a Svizzera Turismo per gli anni 2005–2009, nelle sessioni estiva e autunnale 2004 sono stati depositati alcuni postulati di tenore analogo a favore del coordinamento degli strumenti della Confederazione nell'ambito della promozione dell'immagine della Svizzera. Le due Camere hanno incaricato il Consiglio federale di elaborare un rapporto per un nuovo programma atto a coordinare la promozione dell'immagine del Paese. Il 30 marzo 2004 il Consiglio degli Stati ha trasmesso un postulato della sua Commissione dell'economia e dei tributi (04.3199) in cui auspica in particolare un migliore coordinamento tra le forze e l'impiego delle risorse di Svizzera Turismo, Presenza Svizzera e Location:Switzerland e in cui chiede l'attuazione in tempi brevi del nuovo programma sotto la responsabilità del Dipartimento federale dell'economia (DFE). Dal canto suo, il Consiglio nazionale ha trasmesso il 24 agosto 2004 un postulato della sua Commissione dell'economia e dei tributi (04.3434) in cui invita il Consiglio federale a preparare un programma per una promozione coordinata della Svizzera che tenga conto di tutte le misure di marketing statali, siano esse di natura culturale, politica o economica, nonché delle misure volte alla promozione dei prodotti. Nello stesso contesto ha auspicato che tutte le istituzioni di informazione e promozione attive all'estero sovvenzionate dalla Confederazione vengano coinvolte, i fondi federali siano impiegati in modo mirato ed efficace, si proceda allo snellimento organizzativo dei compiti e si definisca una struttura chiara sotto l'egida di un solo dipartimento.

Con decisione del 9 dicembre 2005, il Consiglio federale ha presentato un rapporto sul coordinamento della promozione dell'immagine nazionale, in cui propone alcune varianti per una maggiore integrazione delle istituzioni federali attive all'estero sulla base di mandati legali e di cui le Camere hanno preso atto. L'11 maggio 2006 il Consiglio nazionale ha presentato una mozione che prevedeva, in una prima tappa, la creazione di due società: una per la promozione del commercio estero e l'altra per la promozione dell'immagine nazionale. La seconda tappa si concentrava invece sui chiarimenti in vista di raggruppare altre attività sotto un unico marchio. Il 19 giugno 2006 il Consiglio degli Stati ha bocciato la mozione, ma ha auspicato – alla stregua del Consiglio nazionale – l'elaborazione in tempi brevi di un progetto entro la sessione primaverile 2007. L'11 ottobre 2006 il DFE ha sottoposto al Consiglio federale un avamprogetto di legge federale su

Promozione Svizzera, in cui si suggeriva di creare un nuovo istituto di promozione nazionale che raggruppasse Svizzera Turismo, Presenza Svizzera e Location:Switzerland. Il 24 gennaio 2007 il Consiglio federale ha bocciato la proposta di fusione tra Svizzera Turismo e Presenza Svizzera nell'ambito del coordinamento chiesto dal Parlamento nel settore della promozione dell'immagine nazionale. Il 28 marzo 2007 il Consiglio federale ha convenuto con una decisione di principio di sciogliere la Commissione di Presenza Svizzera e di integrare a pieno titolo l'Ufficio di Presenza Svizzera nel DFAE senza tagli al mansionario. L'adeguamento formale della legge del 24 marzo 2000 – resosi necessario – è stato apportato nel contesto più ampio del messaggio sul riordinamento delle commissioni extraparlamentari (07.071), emanato dal Consiglio federale il 12 settembre 2007 e approvato dal Parlamento il 20 marzo 2008. Con decisione del 12 dicembre 2008 il Consiglio federale ha accolto anche l'ordinanza, totalmente rivista, concernente la promozione dell'immagine della Svizzera all'estero (ordinanza sulla comunicazione dell'immagine nazionale; RS 194.11). La legge del 20 marzo 2008 e l'ordinanza sono entrambe entrate in vigore il 1° gennaio 2009. Sempre il 12 dicembre 2008 il Consiglio federale ha emanato anche la Strategia della comunicazione dell'immagine nazionale 2010-2011.

In virtù delle nuove basi giuridiche sulla comunicazione internazionale, il Consiglio federale ha assegnato al DFAE, segnatamente a Presenza Svizzera, nuovi compiti particolari in caso di minaccia o crisi dell'immagine: se l'immagine della Svizzera all'estero è esposta a grave minaccia o è già in una situazione di crisi, il DFAE presenta al Consiglio federale un piano di comunicazione. Per prepararsi in questo senso, Presenza Svizzera ha rafforzato, in collaborazione con le rappresentanze svizzere all'estero, il monitoraggio e l'analisi degli articoli pubblicati dai media esteri sulla Svizzera e sui temi importanti per la Svizzera (issues monitoring).

Le nuove basi giuridiche precisano inoltre che la partecipazione ufficiale della Svizzera alle esposizioni universali e ai Giochi olimpici è finanziata con contributi straordinari della Confederazione.

Il 1° giugno 2012 il Consiglio federale ha adottato la Strategia della comunicazione dell'immagine internazionale 2012-2015 che riflette il cambiamento di paradigma dal punto di vista dell'orientamento strategico: se la Commissione di Presenza Svizzera e, a partire dal 2010, il Consiglio federale hanno definito per il periodo 2001-2011 obiettivi e priorità geografiche in base ai quali sono stati definiti gli obiettivi tematici, la strategia 2012-2015 privilegia un approccio tematico nell'ambito del quale sono definite le priorità geografiche.

### **Risorse di Presenza Svizzera**

Il messaggio dell'8 settembre 1999 sul nuovo orientamento e il rafforzamento della Commissione di coordinamento per la presenza della Svizzera all'estero (COCO) prevedeva per il periodo 2000-2003 un aumento costante delle spese annue di Presenza Svizzera, da 7,5 milioni di franchi (2000) a 13,8 milioni (2003). Questo obiettivo non ha però potuto essere raggiunto. Il budget di Presenza Svizzera ha toccato l'apice nel 2002: 12,5 milioni di franchi (esaurendo completamente il credito). In seguito è diminuito regolarmente anno per anno soprattutto a seguito dei tagli decisi dalla Confederazione e dei piani di rinuncia ai compiti, fino ad attestarsi a 7 milioni di franchi nel 2012. Dopo la fusione in seno al DFAE tra Presenza Svizzera e il Centro di competenza per la politica estera culturale a metà 2012, che ha permesso di unire i rispettivi budget, nel 2013 le risorse a disposizione dovrebbero ammontare a circa 8,5 milioni di franchi. Questo importo non tiene conto dei crediti concessi per la partecipazione ufficiale della Svizzera alle esposizioni universali e ai Giochi olimpici, garantiti tramite contributi straordinari della Confederazione.

Dalla fusione con il Centro di competenza per la politica estera culturale, Presenza Svizzera occupa 45 dipendenti (stato settembre 2012) pari a 3860 equivalenti a tempo pieno, di cui 11 a tempo determinato finanziati con i contributi straordinari della Confederazione per la partecipazione ufficiale della Svizzera alle grandi manifestazioni internazionali.