



PIANO DI COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE LIFE+_Climate changE-R

LIFE12 ENV/IT/000404

Summary

1. Premessa
2. Scopo del piano di comunicazione e diffusione (PCD)
3. Principali destinatari del PCD
4. Supporto della Commissione Europea alla comunicazione (Technical desk officer)
5. Logo
6. Formati standard di documento
7. Strumenti di comunicazione on line
 - 7.1. Sito web
 - 7.2. Newsletter
 - 7.3. App
 - 7.4. Social Media
8. Strumenti di comunicazione off line
 - 8.1. Brochure
 - 8.2. Layman's report
 - 8.3. Pannelli informativi
 - 8.4. After-LIFE communication plan
 - 8.5. Articoli sulla stampa specializzata
9. Eventi
 - 9.1. Incontri con la stampa
 - 9.2. kick off meeting, presentazioni pubbliche, convegni e workshop
 - 9.3. Attività di divulgazione tecnica
 - 9.4. Attività con le scuole

Allegati:

Allegato A – Manuale d'uso del logo e d'immagine coordinata

1. Premessa

Le azioni di comunicazione e diffusione del progetto LIFE+_Climate changE-R hanno l'obiettivo principale di promuovere conoscenza e sensibilità verso il tema dei cambiamenti climatici e le produzioni agricole sostenibili, ovvero in grado di limitare le emissioni da gas serra in atmosfera. Inoltre, il progetto mira a diffondere tra i produttori agricoli emiliano romagnoli l'uso di pratiche agricole (Buone Pratiche - BP) ad un minore impatto ambientale.

Una serie di azioni di comunicazione saranno rivolte ai consumatori, in particolare ai cittadini emiliano-romagnoli e agli studenti di discipline legate all'agricoltura, e si focalizzeranno su contenuti e messaggi educativi e divulgativi. Altre azioni saranno invece improntate a veicolare informazioni di tipo tecnico e saranno rivolte ai tecnici di settore, agli agricoltori e alle loro forme associative.

Le azioni sul consumatore inizieranno già dal primo anno, mentre le azioni di informazione tecnica, correlate ai risultati maturati nel progetto, saranno sviluppate a partire dalla campagna agricola 2014/2015 e nel 2016 per la specifica dimostrazione delle BP nei sistemi agricoli dell'Emilia-Romagna.

Alla progettazione e realizzazione delle azioni di comunicazione e diffusione contribuiranno attivamente tutti i partner del progetto secondo le proprie specifiche competenze. In particolare, le azioni rivolte ai consumatori saranno sviluppate con il contributo del partner COOP (b10), che, nel suo ruolo di cooperativa di consumatori, ha già attivi canali di comunicazione in grado di raggiungere un gran numero di potenziali utenti.

2. Scopo del Piano di comunicazione e diffusione

La finalità del Piano di comunicazione e diffusione (PCD) è di predisporre un quadro generale di riferimento per la gestione e il coordinamento delle diverse forme di comunicazioni realizzate durante lo svolgimento del progetto, con il contributo di diversi partner e tenendo conto anche dei target specifici che si intende raggiungere. E' quindi uno strumento trasversale e a disposizione di tutti i partner.

Nel PCD sono elencati e dettagliati tutti gli strumenti e le attività di comunicazione e diffusione che verranno attuate durante l'intera durata del progetto.

3. Principali *destinatari di comunicazione e diffusione*

Le attività di divulgazione e disseminazione saranno rivolte e adattate a differenti tipologie di target. Il progetto, infatti, intende dialogare e comunicare a differenti livelli e con differenti tipologie di destinatari (target di riferimento) definiti per ogni azione.

I principali destinatari dal PCD sono:

- le **istituzioni comunitarie, nazionali e locali**. In particolare, l'Unione Europea, in quanto promotrice delle politiche ambientali e sostenibilità alla base anche di questo Progetto, il Governo italiano e altre autorità nazionali e locali, in quanto parti interessate ai risultati del Progetto.
- L'**industria agroalimentare**, che potrà beneficiare dei risultati e delle buone pratiche che verranno individuati dal Progetto.
- Le **imprese agricole regionali**, gli agricoltori e i tecnici del settore.

- La **società civile**: le Università, il mondo della ricerca, le associazioni di categoria, ecc..
- I **cittadini** dell'Unione Europea.

4. Supporto della Commissione Europea alla comunicazione

A supporto della comunicazione di ogni singolo progetto la Commissione Europea ha predisposto un logo che può essere utilizzato da tutti i beneficiari dei progetti LIFE+.

La Commissione, inoltre, si è dotata di un ufficio tecnico a supporto delle azioni di comunicazione e diffusione derivanti dai progetti LIFE+ in corso.

Il sito del LIFE+ della Commissione oltre a promuovere e diffondere i risultati, comunica eventi e iniziative dei singoli progetti.



Logo LIFE+

5. Logo

Il logo ha lo scopo di richiamare visivamente il progetto ed è stato progettato, nelle sue linee e colori, per richiamarne gli obiettivi stessi. E' una sintesi iconica dell'ambientale rurale e del lavoro dell'uomo: tratti stilizzati di una goccia azzurra, che richiama l'elemento dell'acqua, una foglia verde, che evoca il suolo e la natura, un cerchio giallo, il sole. Questi elementi insieme danno una percezione visiva di una forma antropomorfa: l'uomo e l'ecosistema formano una cosa sola.

L'iconografia è inserita fra le parole climate e changE-R che ne contestualizzano il senso, reso esplicito dal testo a piede che racchiude la missione del Progetto.

Il suo utilizzo e applicazioni sono definito dal Manuale d'uso del logo (allegato A).



Logo del progetto LIFE+_Climate changE_R

6. Formati standard di comunicazione

Per i principali prodotti di comunicazione viene fornito uno standard grafico di riferimento da utilizzare per la progettazione. In particolare, nel manuale di uso del logo (allegato A) sono richiamati i seguenti formati standard di comunicazione:

- carta intestata
- buste
- cartelline
- pubblicazione
- annuncio ADV
- invito
- presentazione PPT
- pannelli informativi

7. Strumenti di comunicazione on line

7.1 Sito web

Il progetto prevede come elemento centrale di tutta l'attività di comunicazione on line la creazione di un sito tematico all'interno del portale regionale all'agricoltura. Il sito sarà raggiungibile dall'homepage del portale anche attraverso un banner in evidenza.

L'URL del sito è la seguente: <http://www.agricoltura.regione.emilia-romagna.it/climatechanger>

L'obiettivo del sito è quello di:

- diffondere i risultati del progetto
- sensibilizzare l'opinione pubblica sui temi del progetto
- dare comunicazione degli eventi riguardanti il progetto (es. conferenze, eventi pubblici, ecc)

Il sito conterrà testi, immagini, filmati e pubblicazioni scaricabili liberamente, una sezione riservata ai partners del progetto, news in evidenza e un newsletter. Dal sito sarà inoltre scaricabile una applicazione ludica sul calcolo dell'impronta del carbonio.

Il sito sarà in italiano e le parti più importanti tradotte in inglese. In particolare, saranno tradotte in inglese le parti generali riguardanti il progetto e gli esiti più importanti delle attività di ricerca.

Il sito sarà raggiungibile anche tramite QR Code da riportare su tutti i materiali realizzati nell'ambito del progetto.

Il sito sarà aggiornato e implementato nei suoi contenuti per tutta la durata del progetto (3 anni), inoltre sarà mantenuto aperto e visibile al pubblico per ulteriori 5 anni.

Responsabile della sua progettazione e implementazione è la Regione Emilia-Romagna. In particolare, viene individuata tale responsabilità nelle figure del Project manager e del Deputy project manager del progetto. Viene inoltre individuato un pool di tecnici regionali specializzati e appositamente formati per l'aggiornamento del sito.

Il sito risponderà alle "Linee guide per la comunicazione web" della Regione Emilia-Romagna (Del. n. 1567 del 2 novembre 2011).

7.2 Newsletter

Il progetto prevede la diffusione di una newsletter a cadenza indicativamente quadrimestrale (10 uscite) allo scopo di informare e diffondere informazioni riguardanti il progetto (obiettivi, risultati

intermedi, eventi), le attività dei partner sul progetto ed eventuali informazioni inerenti i temi trattati dal progetto di rilevanza nazionale o mondiale.

La newsletter sarà spedita via mail a coloro che si iscrivono attraverso il sito web del progetto, ad un indirizzo di utenti selezionati e ai contatti forniti dai partner del Progetto.

Tutte le newsletter prodotte saranno scaricabili liberamente dal sito web, anche dagli utenti non registrati.

La newsletter avrà un'immagine coordinata con il sito del progetto.

7.3 App

Il progetto prevede il coinvolgimento e la sensibilizzazione dei consumatori ed in particolare dei giovani e delle scuole. Come strumento di intrattenimento educativo si è quindi optato per un applicazione per smartphones (App) per Android e Apple. L'App consente in modo ludico e interattivo di avvicinarsi ai temi proposti dal progetto.

7.4 Social Media

Per amplificare la diffusione delle attività legate al progetto e per mantenere alta l'attenzione dei temi trattati, verrà aperta una pagina Facebook del progetto.

8 Strumenti di comunicazione off line

8.1 Brochure

Allo scopo di divulgare gli obiettivi del progetto, è prevista la stampa di una brochure in formato cartaceo e elettronico. La Brochure, oltre ad illustrare sinteticamente gli obiettivi, le attività e i risultati previsti conterrà una descrizione dei diversi partner e del loro ruolo all'interno del progetto. La brochure sarà sempre disponibile sul sito del progetto in formato elettronico in italiano ed in inglese e sarà stampata in un numero limitato di copie per la distribuzione in occasione di tutti gli eventi e le attività del progetto.

8.2 Layman's report

Verrà redatto un documento "Layman's report" con l'obiettivo di descrivere in maniera semplice e comprensibile anche ad un pubblico generico di non addetti ai lavori gli obiettivi e i risultati attesi dal progetto. La pubblicazione conterrà gli obiettivi, i partecipanti e finanziatori (lo strumento finanziario LIFE+ e gli altri cofinanziatori), le attività condotte e i risultati principali del progetto spiegati in modo preciso, chiaro e conciso.

Questo documento sarà pubblicato in lingua italiana e inglese, in formato cartaceo (300 copie in lingua italiana e 50 copie in lingua inglese) ed elettronico, scaricabile liberamente nel sito del progetto. Per rendere più comprensibile il progetto conterrà oltre a testi sintetici, fotografie, immagini e grafici.

Il report sarà prodotto alla fine del progetto (entro dicembre 2016) e sarà distribuito in occasione della conferenza finale del progetto e sarà diffuso alla mailing list del progetto in forma elettronica.

Per aumentare la sua diffusione, la pubblicazione sarà promossa attraverso diversi canali quali il sito del programma LIFE, quelli dei beneficiari e quelli dei partecipanti alle attività di networking.

Oltre al Leyman's report sarà pubblicata anche una sua sintesi solo in formato elettronico e diffusa tramite i canali internet del sito e della mailing list. Tale prodotto verrà realizzato in italiano e sarà destinato ad un pubblico molto ampio e generalista, in particolare quello dei bambini e dei ragazzi delle scuole.

8.3 Pannelli informativi

Saranno realizzati 23 pannelli informativi (notice board) da installare sia presso la sede del partner che presso le aziende sede di dimostrazione allo scopo di migliorare la visibilità del progetto e la comprensione delle attività svolte.

Ogni partner realizzerà i pannelli relativi alle aziende che segue, secondo le specifiche grafiche definite dal manuale della comunicazione coordinata del progetto (allegato A).

Sul pannello dovranno comunque sempre essere presenti:

- logo e il titolo del progetto;
- obiettivi, azioni e risultati attesi del progetto;
- indicazione dei beneficiari, cofinanziatori; e del finanziamento LIFE+;
- elementi di dettaglio relativi alle attività previste presso il partner/azienda dimostrativa.

8.4 After-LIFE communication plan

L'obiettivo è quello di produrre un piano di comunicazione che garantisca la divulgazione anche dopo la fine del progetto a tutti gli operatori del settore ed al cittadino. A tale scopo sarà prodotto un piano di comunicazione "After-LIFE" dettagliato prima della fine del progetto, che individuerà le azioni che saranno attivate successivamente. Nel piano saranno individuate due sezioni, la prima riguardante i contenuti tecnici del progetto che dovranno essere disseminati e trasferiti e la seconda che indicherà le strategie di comunicazione, incluse le modalità di diffusione e la identificazione dei beneficiari.

Le tecniche che la Regione vorrà promuovere nelle sue politiche di programmazione agricola ai fine della mitigazione delle emissioni di gas serra, saranno l'oggetto principale del piano di comunicazione per l'After-LIFE.

Il piano di comunicazione After-LIFE verrà redatto in italiano ed inglese e sarà trasmesso alla Commissione insieme al Report Finale.

La Regione Emilia-Romagna garantirà il proseguimento della divulgazione dei risultati, sia con azioni specifiche che attraverso la propria attività istituzionale, mantenendo attivo il processo di discussione tecnica e di condivisione con gli stakeholders delle pratiche utilizzabili dalle aziende agricole.

8.5 Articoli sulla stampa specializzata

Durante il progetto verranno realizzati almeno un articolo su ciascuna delle tre riviste tecniche di carattere agricolo a maggiore tiratura nazionale: "Terra e Vita", "L'informatore Agrario" e "Agricoltura" (tiratura 60.000 copie). Inoltre, verrà pubblicato un articolo su "Ecoscienza" (tiratura 3.500 copie) e uno su una rivista internazionale di settore.

La stampa specializzata e i media saranno sempre invitati a tutte le iniziative di divulgazione e dimostrazione del progetto, al fine di ottenere la massima presenza sui canali di informazione.

L'informazione sugli eventi verrà data utilizzando prioritariamente i canali di comunicazione dei partner. Massima diffusione verrà dato attraverso il sito web, le newsletter e i social media legati al progetto e i portali regionali dell'agricoltura e all'ambiente. Inoltre verranno utilizzate le riviste

La rivista mensile di COOP "Consumatori" (tiratura circa 2.000.000 copie per ogni uscita. Oltre 20.000.000 contatti/anno) dedicherà spazio e approfondimenti al progetto e agli eventi ad esso correlati.

Le Aziende partner potranno attivarsi per redarre articoli e comunicati sui propri house organ.

9. Eventi

9.1 Incontri con la stampa

All'avvio ed alla chiusura del progetto saranno organizzate due **conferenze stampa** rivolte agli organi d'informazione e ai media regionali e nazionali.

Sarà dedicata attenzione all'**EXPO 2015 di Milano**, anche in considerazione della risonanza mondiale dell'evento e della tematica Nutrire il pianeta, energia per la vita. Sarà organizzato in concomitanza con l'esibizione uno specifico **incontro con la stampa internazionale**.

Sul sito web del progetto sarà dedicata un'area per la stampa dove potranno essere scaricati comunicati stampa e sintesi del progetto, oltre a materiale fotografico e video derivante dalle attività di comunicazione e disseminazione del progetto.

9.2 kick off meeting, presentazioni pubbliche, convegni e workshop

All'avvio del progetto verrà realizzato un **kick off meeting** allo scopo di dare ufficialmente il via ai lavori e divulgare pubblicamente il progetto agli addetti del settore e alla stampa. Verrà data la massima divulgazione del kick off meeting attraverso i canali stampa e mail list della Regione.

Si realizzeranno due **presentazioni pubbliche**, per esempio presso librerie, rivolte alla cittadinanza, per illustrare il progetto e sensibilizzare i cittadini al tema dell'impegno dell'agricoltura regionale verso l'ambiente, da tenersi preferibilmente entro i primi 20 mesi del progetto.

Il progetto verrà illustrato anche attraverso la partecipazione di singoli partner a **convegni e seminari nazionali ed internazionali** sul tema della sostenibilità e dell'agricoltura. Si prevede di partecipare ad almeno tre iniziative, tra cui la settimana dell'agroalimentare sostenibile in programma a Bologna dal 3 al 7 marzo 2014.

I partner CSO (b 11) svilupperà un **workshop** mirato al settore ortofrutticolo, con particolare riferimento agli operatori della frutta e del Distretto del Pomodoro da industria, che ha espresso il proprio interesse al progetto. Il seminario nella seconda metà de progetto.

Il **convegno internazionale di fine progetto** si terrà in Emilia-Romagna entro settembre 2016. I relatori potranno essere individuati tra i componenti dei gruppi attivi sulle Action B1, C1 ed E2. Nell'occasione verrà distribuito il Layman's report in formato elettronico (CD/USB) e cartaceo. Tutto il materiale della conferenza sarà pubblicato sul sito web del progetto.

Per garantire la stretta connessione delle attività del progetto con i policy maker comunitari e più in generale con gli stakeholder europei, il partner CSO (b 11) organizzerà un **workshop a Bruxelles**. La sede e la data del seminario verranno individuate con la collaborazione della rappresentanza della Regione Emilia-Romagna a Bruxelles. Il seminario sarà rivolto alle Regioni europee, che saranno coinvolte anche attraverso i network europei di settore ai quali la RER partecipa, quali AREPO (<http://www.arepoquality.eu/>) e AREFLH (<http://www.areflh.org/>), agli stakeholder comunitari privati, direttamente o attraverso le specifiche rappresentanze (organizzazioni dei produttori, COPA_COGECA, industria alimentare e distribuzione). Verranno coinvolte la DG Agricoltura e DG Ambiente della Commissione UE e, compatibilmente con la loro disponibilità, anche alcuni esponenti del Parlamento europeo.

Nel seminario verranno illustrati i risultati ottenuti dal progetto e saranno presentate le BP individuate e applicate, oltre alle modalità di governance attuate. Il seminario costituirà un momento di confronto, una testimonianza del contributo che può portare l'agricoltura alla riduzione delle emissioni di GHG e un esempio di integrazione tra politiche ambientali e produttive per raggiungere una crescita sostenibile (pensare globale, agire locale).

9.3 Attività di divulgazione tecnica

Cuore del progetto saranno le attività di divulgazione tecnica diretta verso gli agricoltori, e soprattutto la dimostrazione delle BP che si vogliono introdurre ai fini della mitigazione delle emissioni di GHG. Oggetto della dimostrazione sono quindi applicazioni di tecniche agricole su scala reale (tecniche di lavoro, impianti, metodi di organizzazione delle produzioni, piani colturali e rotazioni).

La dimostrazione sarà concentrata in due fasi: nella campagna agricola 2014/2015 si illustreranno le applicazioni adottate come Livello di Attenzione Ambientale 3, definito per l'azione A3 (8 casi aziendali); il 2016 sarà dedicato alla presentazione delle BP di mitigazione scelte per essere proposte ed incentivate dall'Emilia-Romagna. Complessivamente si svolgeranno almeno 16 giornate dimostrative organizzate dalle aziende partner del progetto.

Per ogni attività di comunicazione diretta svolta si chiederà ai partecipanti di compilare un **scheda di gradimento dell'iniziativa** e si raccoglieranno suggerimenti e proposte per meglio progettare gli interventi divulgativi successivi.

9.4 Attività con le scuole

Una specifica attività è prevista per le **scuole** nella seconda metà del progetto: 6 corsi per studenti ed insegnanti da tenersi presso istituti scolastici superiori di istruzione agraria della regione e 2 incontri presso le facoltà di agraria.

Questi incontri saranno sviluppati come attività seminariale e prevedranno il coinvolgimento anche dei docenti delle scuole interessate dall'attività.