



(AZIONE D.4)
PIANO DI COMUNICAZIONE E DIFFUSIONE

**PER L'ATTUAZIONE DEL PROGETTO LIFE11 ENV/IT/000243
LIFE RII
RIQUALIFICAZIONE INTEGRATA IDRAULICO-AMBIENTALE DEI RII
APPARTENENTI ALLA FASCIA PEDEMONTANA DELL'EMILIA ROMAGNA”**

dicembre 2012

INDICE

- 1) COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE, A LIVELLO REGIONALE E NAZIONALE
PRODUZIONE MATERIALE PROMOZIONALE, ESPOSITIVO E CONGRESSUALE
(TRADIZIONALE E MULTIMEDIALE)**
- 2) IMMAGINE COORDINATA**
- 3) COMUNICAZIONE A LIVELLO EUROPEO**
- 4) COMUNICAZIONE INTERNA DEL GRUPPO DI LAVORO E AI DIRIGENTI E AI
COLLEGHI INTERESSATI**
- 5) REPORT PER LA TRASFERIBILITÀ DEI RISULTATI DEL PROGETTO IN AMBITO
NAZIONALE ED EUROPEO**
- 6) PIANO DI COMUNICAZIONE POST LIFE**
- 7) COMUNICAZIONE DOPO LA FINE DEL PROGETTO**

La tempizzazione espressa può subire modifiche in adeguamento alle norme amministrative regionali.

I richiami a punti numerati e a numeri di pagina rimandano a punti specifici dell'Application Form

SENZA, O QUASI, CARTA E SVILUPPO DI ECONOMIA LOCALE

L'intero progetto è stato ideato per essere **neutrale alle emissioni di carbonio**.

Gli incontri del progetto saranno realizzati in un'area circoscritta Provincia di Reggio Emilia e Provincia di Bologna e saranno realizzati in località centrali per favorire l'utilizzo del trasporto pubblico.

Lo scambio di materiali e informazioni tra i membri del progetto sarà realizzato attraverso presentazioni elettroniche e la distribuzione di copie informatiche dei materiali.

L'attivazione del sito web del progetto, in cui ogni partecipante al progetto potrà inserire messaggi e news, sarà di aiuto per dematerializzare l'intero processo.

La stampa di carta sarà evitata se non necessaria, grazie alla creazione di:

- accesso elettronico ai documenti;
- report finale inserito su DVD e chiavi USB e sito internet, per il download;
- le comunicazioni tra i partecipanti al progetto avverranno mediante email, blog, conferenze online, ecc..

Gli incontri ed i convegni del progetto saranno realizzati ponendo l'attenzione all'uso esclusivo di prodotti alimentari e bevande biologici e locali.

1) COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE, A LIVELLO REGIONALE E NAZIONALE PRODUZIONE MATERIALE PROMOZIONALE, ESPOSITIVO E CONGRESSUALE (TRADIZIONALE E MULTIMEDIALE)

Finalità dell'azione è elaborare un Piano di comunicazione per diffondere gli obiettivi del Progetto, le strategie e le azioni messe in campo per raggiungerli, i materiali prodotti e i risultati da esso ottenuti.

Lo scopo è quello di predisporre il quadro generale per la gestione e il coordinamento della grande varietà di comunicazioni che saranno realizzate direttamente o indirettamente. Il piano indirizza i comunicatori, il pubblico, i messaggi, i canali di comunicazione, i meccanismi di riscontro e le tempistiche durante ogni evento comunicativo.

L'attività di comunicazione è indirizzata alle pubbliche amministrazioni, alle autorità con competenze sui corsi d'acqua, ai tecnici, alle associazioni ambientaliste e produttive, alle Università, agli enti di ricerca e alle organizzazioni che sono state coinvolte in progetti LIFE precedenti, oltre che gli attori indicati tra i portatori di interesse e, naturalmente, gli abitanti locali.

Questi ultimi saranno approcciati in maniera differenziata secondo macrocategorie: adulti, studenti superiori, studenti elementari.

GRUPPO DI COMUNICAZIONE INTERNO AL PROGETTO

Per la definizione, il coordinamento e la realizzazione attuativa nei tempi e nei modi previsti dal presente Piano delle azioni di comunicazione è istituito un Gruppo di comunicazione interno al Progetto, costituito da :

- 3 membri del Gruppo tecnico di lavoro incaricati specificamente, tra i quali il funzionario cui compete la gestione del sito WEB e il funzionario tecnico assunto a tempo determinato
- 1 membro del Servizio Comunicazione ed Educazione alla Sostenibilità e strumenti di partecipazione.

Ad uno dei membri sarà assegnata funzione di coordinatore.

PORATORI DI INTERESSE

Sono elencati di seguito i soggetti che potranno usufruire al meglio dei risultati del progetto RII (pag. 47) (vedi anche pag. 2 del Progetto partecipativo):

- **Regione Emilia Romagna**
- **Comuni di Albinea, Bibiano, Quattro Castella e San Polo d'Enza**
- **Consorzio di bonifica dell'Emilia Centrale**, che per prassi esegue gli interventi di gestione del reticolto idraulico considerato nel progetto, attraverso la realizzazione di opere pubbliche di bonifica delle quali verranno realizzati la riqualificazione e il potenziamento. Il Consorzio si è impegnato formalmente con la Regione ad appoggiare l'iniziativa e a collaborare alla sua realizzazione;
- **STB Affluenti PO**, autorità idraulica competente territorialmente;
- **Provincia di Reggio Emilia**, che possiede le conoscenze di area vasta del territorio e le competenze in materia di pianificazione territoriale sovra comunale;
- **Comuni appartenenti alla fascia pedemontana in Provincia di Reggio Emilia**, esposti agli eventi di piena ricorrenti ed ai relativi danni a infrastrutture, manufatti ed insediamenti civili e produttivi;
- **altri Comuni appartenenti alla fascia pedemontana**
- **Autorità di bacino del fiume Po**, in quanto Ente deputato alla pianificazione idraulica di bacino;

- **ARPA** (Agenzia Regionale Protezione e Ambiente) Emilia Romagna e il suo distaccamento ARPA Reggio Emilia, per le competenze di monitoraggio, controllo e vigilanza sull'area di intervento;
- **URBER** (Unione Regionale delle Bonifiche Emilia Romagna), che raggruppa i Consorzi di bonifica della regione e che può contribuire sia alla definizione delle scelte tecniche sia alla divulgazione dei risultati del progetto;
- **altri Consorzi di bonifica della Regione**
- **altre Province della Regione Emilia Romagna appartenenti alla fascia pedemontana** a cui si riferisce il progetto, così da favorire un confronto per estendere le conclusioni dei lavori in contesti simili;
- **autorità idrauliche della fascia pedemontana a cui si riferisce il progetto, quali Servizi Tecnici di Bacino, Consorzi di bonifica, altre Autorità di bacino, AIPO ecc.**, per la coerenza con gli strumenti di pianificazione e per la conoscenza del territorio, dei lavori idraulici eseguiti e dei risultati ottenuti
- **omologhi degli Enti di cui al punto precedente, nel cui territorio si sviluppano problematiche simili a quelle del Progetto e/o che hanno sviluppato interventi simili e/o che partecipano a progetti LIFE con caratteristiche simili.**

- **Università italiane che seguono/propugnano interventi simili a LIFE RII (Bologna, Parma, Firenze, altrE)**
- **Associazioni di industriali**
- **Associazioni ambientaliste**
- **Associazioni agricole**
- **Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare**
- **Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome**
- **Regioni italiane**
- **UPI (Unione Province Italiane)**
- **ANCI (Associazione Nazionale Comuni Italiani)**
- **ANBI (Associazione nazionale delle bonifiche, delle irrigazioni e dei miglioramenti fondiarie e Consorzi italiani associati)**
- **enti di ricerca e organizzazioni che sono state coinvolte in progetti LIFE precedenti**

Questi enti sono coinvolti da subito, attraverso una prima informazione di base e sono poi periodicamente aggiornati sui risultati raggiunti. Entrambe le comunicazioni avvengono sinteticamente via e-mail, con invito a consultare il sito WEB dedicato.

COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE, A LIVELLO REGIONALE E NAZIONALE - PRODUZIONE MATERIALE PROMOZIONALE, ESPOSITIVO E CONGRESSUALE (TRADIZIONALE E MULTIMEDIALE)

Sono prodotti i seguenti materiali di diffusione:

- **Logo del progetto (vedi Immagine coordinata)**

Il logo del progetto viene usato in ogni documento ufficiale e in tutto il materiale di diffusione del progetto.

- **Poster del Progetto**

E' il Poster che accompagna il Progetto durante tutto il suo svolgimento. E' esposto nelle sedi istituzionali e nei punti di informazione. Esprime in maniera sintetica ed accattivante gli obiettivi, le strategie, i risultati attesi e le ricadute del Progetto.

- **Brochure**

All'inizio del progetto viene prodotta una brochure sia in formato digitale, per il download, sia in formato cartaceo, in italiano e in inglese.

La brochure descrive gli obiettivi del progetto, i risultati attesi, i partecipanti al progetto e il loro ruolo. La brochure è inoltre utile per informare gli attori locali e generali in merito al progetto prima che i risultati e i materiali di diffusione siano pronti.

E' possibile, e opportuno, prevedere di diversificare producendo anche le versioni semplificata per i ragazzi elementari e medie, locali, per i ragazzi del liceo e adulti, locali.

Vengono prodotte successivamente altre brochure, secondo le necessità ravvisate progressivamente.

• **Newsletter del progetto**

Il progetto prevede di produrre una newsletter specifica in formato digitale, in italiano e inglese, per illustrare le attività del progetto, i risultati ottenuti e l'agenda degli eventi programmati, e sarà distribuita a grande scala.

• **DVD/Chiave USB**

Tutti i materiali divulgativi e tecnici del progetto sono inclusi in un DVD o in una chiave USB con il nome e il logo del Progetto, per essere distribuiti durante l'evento finale di diffusione dei risultati del Progetto.

• **Campagne di comunicazione sulla stampa locale e nazionale**

Allo scopo di raggiungere una grande varietà di pubblico durante tutto lo svolgimento del progetto viene curata una campagna di stampa attraverso la produzione di articoli su riviste di settore, tra cui, a titolo di esempio:

- Rivista CIRF
- Storie naturali (Servizio R.E.-R. Parchi)
- Riviste ambientaliste
- Natura e Montagna
- Rivista ARPA
- Agricoltura (DG Agricoltura)
- altri

• **Poster**

Durante i convegni e gli eventi vengono predisposti specifici poster per illustrare il Progetto e il suo avanzamento.

• **Conferenze stampa (vedi videoconferenza)**

Una conferenza stampa è organizzata a Bologna e a Brussels all'inizio del Progetto (nello stesso momento di organizzazione dell'incontro del Comitato di indirizzo ed alla fine). Questo permette di garantire un'elevata visibilità del progetto e ai partecipanti al progetto.

• **Convegni/eventi:**

Sono previsti:

- 1 primo evento, a Brussels, per presentare scopi e strategie del progetto, viene organizzato mediante videoconferenza;
- 1 convegno iniziale internazionale a Bologna per lanciare il progetto;
- 1 convegno intermedio in Comune di Quattro Castella, per presentare i risultati preliminari del progetto;
- 1 convegno finale internazionale a Brussels, per presentare i risultati del progetto;
- 1 convegno finale nazionale a Bologna per presentare localmente i risultati del progetto;
- incontri, soprattutto locali, segnatamente nelle scuole, ogni volta che si rende necessario, per illustrare il Progetto e condividere le iniziative.

• **Video di eventi**

I video di convegni ed eventi del progetto sono caricati sul sito web e su YouTube per il download libero.

Gli specifici incontri del Comitato di indirizzo (CI) e del Gruppo Tecnico di Lavoro (GTL) sono caricati e resi disponibili solo nelle aree riservate ai partecipanti al progetto.

• **Allestimento di punti informativi**

I punti informativi sono realizzati all'interno dei Comuni coinvolti dal Progetto e nelle scuole ricadenti in tali Comuni. Tali punti si appoggiano ai già esistenti punti informativi comunali e al lavoro ordinario del personale dipendente dei Comuni incaricato, senza quindi necessità di ulteriori finanziamenti specifici da parte del Progetto.

Sono realizzati punti informativi anche presso la Regione, sia in viale della Fiera n. 8 (sede del Servizio Difesa del Suolo e della Costa e Bonifica), sia presso l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), e presso la sede del Consorzio di Bonifica Emilia Centrale

In queste sedi saranno esposti permanentemente:

- Poster Progetto (comune)
- Poster descrittivi delle problematiche territoriali e dei lavori (specifico)
- Poster descrittivi dell'avanzamento dei lavori (specifico)
- Poster descrittivo del progetto partecipativo
- Brochure informativa di taglio generale
- Brochure informativa sull'avanzamento del Progetto
- Pieghevoli

Nell'atrio dei Comuni di Albinea, Bibbiano, Quattrocastella e San Polo d'Enza e presso le scuole dei Comuni interessati dal Progetto saranno esposti permanentemente:

- Poster Progetto (comune)
- Poster descrittivi delle problematiche territoriali e dei lavori (specifico)
- Poster descrittivi dell'avanzamento dei lavori (specifico)
- Poster descrittivo del progetto partecipativo
- Poster descrittivo dell'avanzamento del progetto partecipativo
- Brochure informativa di taglio generale
- Brochure dedicate nelle scuole
- Brochure informativa sull'avanzamento del Progetto di taglio generale
- Brochure informativa sull'avanzamento del Progetto dedicate nelle scuole

Risultati attesi:

- 1 piano di comunicazione;
- 1 logo del progetto;
- il poster del Progetto
- 1000 brochure in italiano e 1000 brochure in inglese, oltre ad una versione digitale per il download;
- 2 newsletter del progetto il primo anno e 3 per anno durante gli altri due;
- 500 chiavi USB e 1000 DVD;
- almeno 4 articoli per la stampa;
- 2 poster per ogni convegno, 1 in italiano e 1 in inglese;
- almeno 2 conferenze stampa;
- 1 evento iniziale o videoconferenza a/con Brussels; Target: 30 persone (tecnici)
- 1 convegno iniziale internazionale a Bologna; Target: 150 persone (amministratori e tecnici di enti pubblici, progettisti privati, docenti universitari, studenti, cittadini)
- 1 convegno intermedio nazionale a Quattro Castella; Target: 100 persone (amministratori e tecnici di enti pubblici, progettisti privati, docenti universitari, studenti, cittadini)

- 1 convegno finale nazionale a Bologna; Target: 150 persone (amministratori e tecnici di enti pubblici, progettisti privati, docenti universitari, studenti, cittadini)
- 1 convegno finale internazionale a Brussels; Target: 40 persone (tecnici)
- caricamento di video inerenti gli eventi del progetto sul sito web e su YouTube
- allestimento dei punti informativi
- report per la trasferibilità dei risultati del progetto in ambito nazionale ed europeo

Indicatori di progresso:

- 1 piano di comunicazione entro il mese 4;
- logo del progetto entro il mese 4;
- brochure in italiano e inglese e in versione digitale entro il mese 4;
- 1 newsletter del progetto il primo e l'ultimo anno e 2 per anno durante per gli altri due centrali;
- chiavi USB e DVD entro il mese 41;
- articoli per la stampa durante il progetto;
- poster per i convegni;
- conferenze stampa durante il progetto;
- evento iniziale a/con Brussels entro il mese 2;
- convegno iniziale internazionale a Bologna entro il mese 6;
- convegno intermedio nazionale a Quattro Castella entro il mese 25;
- convegno finale nazionale a Bologna entro il mese 43;
- convegno finale internazionale a Brussels entro il mese 43;
- caricamento di video inerenti gli eventi del progetto sul sito web e su YouTube durante il progetto;
- punti informativi entro il mese 24
- report per la trasferibilità dei risultati del progetto in ambito nazionale ed europeo entro il mese 43

PANNELLI INFORMATIVI - (pag. 90) - ACTION D.2

E' prevista la predisposizione di pannelli informativi inerenti il Progetto, installati in prossimità dei 6 rii oggetto di intervento (azioni da B3 a B8), sui principali accessi o in alternativa nei pressi dei punti di maggiore interesse.

I pannelli sono progettati da esperti grafici e della comunicazione secondo le specifiche dell'immagine coordinata descritte nel presente Piano di comunicazione di comunicazione e presentano in modo conciso e accattivante i problemi affrontati dal progetto RII e dagli specifici interventi di riqualificazione a cui si riferiscono, le azioni messe in atto per risolverli e i risultati attesi.

Le competenze grafiche necessarie per realizzare pannelli informativi efficaci esulano da quelle normalmente possedute dalla Regione e necessitano quindi di essere coperte avvalendosi di qualificate figure professionali esterne.

Nessun ostacolo è previsto.

Risultati attesi: 12 pannelli informativi.

Indicatori di progresso: Esposizione dei pannelli informativi entro il mese di 12.

RELAZIONE PER NON ADDETTI AI LAVORI - ACTION D.3

La relazione per i non addetti ai lavori consiste in un report conciso di 5-10 pagine, in formato cartaceo e digitale, sia in inglese che in italiano. Il report, che sarà caricato sul sito Internet del progetto, ha lo scopo di presentare il Progetto stesso, i suoi obiettivi, le azioni ed i risultati ottenuti ad un pubblico generico non tecnico.

Il report sottolinea sia gli aspetti positivi che negativi del progetto e delle azioni messe in campo, cercando così di suggerire quali siano le migliori pratiche da utilizzare in territori analoghi a quelli del progetto.

Nessun ostacolo è previsto.

Risultati attesi:

- 700 copie cartacee della relazione (500 in italiano e 200 in inglese);
- versione digitale del report resa disponibile al download nel sito internet del progetto.

Indicatori di progresso:

Report completato entro il mese di 41.

MONITORAGGIO DELL'EFFICACIA DELLE AZIONI DI DIVULGAZIONE E DEGLI IMPATTI DEL PROGETTO SUI DIVERSI PORTATORI DI INTERESSE - (pag. 86 - Azione C.2 (questo è comune al Processo partecipativo)

Viene attuato il monitoraggio degli impatti del Progetto sui diversi portatori di interesse in relazione:

- ai momenti di coinvolgimento previsti durante il processo partecipato (B1) (pag. 56 e 57);
- all'elaborazione del piano di azione generale (B2);
- alle azioni fisiche realizzate (da B3 a B8);
- alle fasi di consultazione necessarie per l'individuazione e l'applicazione di strumenti giuridico-amministrativi innovativi (B9).

Si prevede a tal fine di distribuire insieme con le BROCHURE descrittive appositi questionari agli attori coinvolti nel processo partecipato (B1) (pag. 56 e 57), per analizzare attese, sensazioni, modifiche al modo di analizzare le problematiche trattate, cambiamenti nelle strategie ritenute idonee per affrontarle, idee in merito alla riuscita o meno delle azioni del progetto e alle motivazioni che hanno portato a determinati risultati.

I questionari saranno raccolti in diversi momenti peculiari, in particolare durante:

- la definizione e l'analisi specifica dei problemi sia degli interventi fisici (azioni da B3 a B8) sia generali dell'area di intervento (azione B2) (anno 1);
- la definizione degli interventi fisici (anno 1);
- la definizione degli interventi nel programma di riqualificazione dell'intera area di intervento (azione B2) (anno 2);
- la realizzazione degli interventi fisici (anno 2);
- il monitoraggio dei risultati degli interventi fisici (anno 3).

A tale raccolta formalizzata di informazioni saranno affiancate interviste realizzate 2 volte all'anno nei principali punti di ritrovo dei Comuni interessati (es. piazze).

Si prevede infine 2 volte all'anno di inviare tramite newsletter e email specifiche e di inserire nel sito WEB del progetto un questionario che permetta di raccogliere informazioni dai portatori di interesse non direttamente coinvolti nel processo partecipato, sia istituzionali che privati.

Questa attività di monitoraggio permetterà anche di valutare nella popolazione locale l'aumento di conoscenza del proprio territorio e di consapevolezza dei suoi valori e delle sue criticità nonché l'impatto socio-economico del Progetto sull'economia, in particolare in termini di aumento di accettazione sociale dei benefici derivanti dalla protezione dell'ambiente, ponendo l'attenzione sugli effetti positivi del progetto in termini ad esempio di:

- potenziamento di altre attività (ad esempio, l'ecoturismo) volte a sviluppare nuove fonti di reddito, attraverso una migliore conoscenza e valorizzazione della zona attraverso le azioni di comunicazione;
- attivazione di una economia locale legata agli interventi di riqualificazione dei rii, a livello di area di intervento e di scala regionale e italiana (attivazione di reti di professionisti e studi competenti, per la predisposizione di indagini conoscitive ed elaborazioni tecniche a supporto della pianificazione e progettazione degli interventi; specializzazione di imprese per l'esecuzione fisica dei lavori).

Il monitoraggio prevede infine la valutazione dell'efficacia delle azioni di disseminazione previste dal Progetto.

La misura quantitativa dei risultati in termini di divulgazione della conoscenza, delle strategie, delle tecniche e degli strumenti utilizzati nel Progetto viene effettuata mediante la quantificazione di:

- numero di eventi realizzati;
- partecipanti agli eventi e relazione con il numero di invitati;
- contatti al sito internet, nelle aree riservate ed in quelle aperte a tutti;
- iscritti alla newsletter;
- citazioni del progetto sui principali motori di ricerca in internet;
- citazioni del progetto nelle newsletter e nei siti dei principali Enti locali, nazionali ed europei;
- download dei materiali messi a disposizione nel sito internet;
- contatti ai punti informativi;
- materiali divulgativi distribuiti
- e altri, da individuare.

Viene inoltre realizzata, una periodica valutazione qualitativa relativa alla qualità degli eventi organizzati e dei materiali distribuiti e all'aumento di conoscenza che questi consentono in merito ai temi trattati dal Progetto; tale valutazione sarà eseguita mediante la distribuzione di un apposito questionario. Gli eventi che devono ancora essere realizzati saranno migliorati sulla base di queste periodiche valutazioni.

Il monitoraggio qualitativo sarà basato su un periodo di valutazione di 6 mesi nei primi 2 anni del Progetto e su un periodo di 1 anno nell'ultimo anno del Progetto.

Saranno a tal fine prodotti 2 report, uno intermedio, comprendente anche suggerimenti per il miglioramento della strategia divulgativa in atto, ed uno finale.

Possibili problemi possono derivare da:

- (a) bassa qualità dei questionari e delle risposte ricevute nei diversi eventi;
- (b) difficoltà nel monitorare le attività del sito internet in relazione agli attori prescelti o alle attività di divulgazione sotto analisi.

A tal fine il progetto prevede che:

- (a) i materiali saranno mantenuti quanto più semplici possibile e sviluppati con il supporto di esperti di comunicazione; i partecipanti agli eventi saranno inoltre fortemente invitati a compilare i questionari, se necessario anche via email o telefono dopo il termine degli eventi;
- (b) qualche sovrapposizione non potrà essere evitata, ma questa evenienza sarà limitata grazie alla presenza dell'area dedicata ai portatori di interesse, accessibile solo previa registrazione, mentre i materiali di divulgazione saranno disponibili senza alcuna registrazione.

Risultati attesi:

- 1 documento inerente la metodologia di lavoro
- 3 report, per ognuno dei 3 anni del progetto, relativi agli impatti qualitativi e quantitativi del progetto sui diversi portatori di interesse;
- 1 report relativo agli effetti socio-economici del progetto;
- 2 report di monitoraggio e valutazione relativi all'efficacia delle attività di divulgazione. messa a punto della metodologia di lavoro entro il mese 4;
- produzione dei 3 report annuali, relativi al monitoraggio degli impatti qualitativi e quantitativi del progetto sui diversi portatori di interesse, predisposti rispettivamente entro i mesi 12, 24 e 41;
- produzione del report relativo agli effetti socio-economici del progetto predisposto entro il mese 41;
- produzione dei 2 report relativi al monitoraggio dell'efficacia delle attività di divulgazione predisposti rispettivamente entro i mesi 24 e 41.

Indicatori di progresso:

massa a punto della metodologia di lavoro entro il mese 4;

- produzione dei 3 report annuali, relativi al monitoraggio degli impatti qualitativi e quantitativi del progetto sui diversi portatori di interesse, predisposti rispettivamente entro i mesi 12, 24 e 41;
- produzione del report relativo agli effetti socio-economici del progetto predisposto entro il mese 41;
- produzione dei 2 report relativi al monitoraggio dell'efficacia delle attività di divulgazione predisposti rispettivamente entro i mesi 24 e 41.

2) IMMAGINE COORDINATA

Cura della comunicazione visiva, ovvero della immagine, ovvero della percezione che l'ambiente, inteso come gruppo di destinatari del messaggio Progetto LIFE RII (testo di una comunicazione, cartacea o telematica: la lettera, la brochure, il manifesto, l'e-mail, il SMS e l'MMS, il telegramma, il telefax, ecc), ha delle rappresentazioni visive del Progetto. I differenti fenomeni comunicativi risultano coerenti l'uno con l'altro attraverso elementi di comunicazione visiva comuni, quali loghi, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica dei documenti, impostazione della comunicazione commerciale e promozionale.

Questa coerenza rende più efficiente il processo comunicativo perché fornisce ai destinatari precisi punti di riferimento, ma soprattutto induce un processo di progressivo **riconoscimento del Progetto** con conseguenze positive sul suo successo.

STRUMENTI

- Poster Progetto
- Poster altri
- Logo progetto
- Sito WEB
- Pannelli informativi
- Manifesti eventi

Logo Progetto



cui è associato anche il logo LIFE

Logo del carousel per il sito WEB



Struttura dei manifesti



che diventa la copertina di tutte le pubblicazioni, con i necessari adeguamenti

3) COMUNICAZIONE A LIVELLO EUROPEO

Viene predisposto un report iniziale, poi periodicamente aggiornato in rapporto alle fasi realizzative, che descrive le modalità di applicazione in ambito nazionale ed europeo dell'approccio proposto, sulla base dei risultati raggiunti.

Il report tratta in modo sintetico i seguenti temi principali:

- approccio e metodologia di lavoro adottati dal progetto
- azioni preparatorie messe in atto
- interventi realizzati
- risultati acquisiti
- punti di forza e di debolezza del progetto
- necessità di approfondimenti e punti rimasti irrisolti
- linee guida per l'applicazione dell'approccio proposto dal progetto in contesti simili in ambito italiano
- linee guida per l'applicazione dell'approccio proposto dal progetto in contesti simili in ambito europeo

Le attività di disseminazione specifiche per il livello internazionale saranno rivolte, a due principali tipologie di soggetti: enti pubblici di livello nazionale (Ministeri di altri paesi europei, Environmental Agency, ecc.) e organizzazioni non governative internazionali e nazionali di altri paesi europei (European Centre for River Restoration, WWF International, River Restoration Centre UK, ecc.) che si occupano del tema acque nelle diverse nazioni europee. Scopo delle attività di disseminazione sarà quello di aprire un confronto principalmente telematico al fine di discutere delle metodologie di lavoro scelte dal progetto e di valutare anche la possibile ricaduta negli altri paesi europei.

La diffusione a livello europeo delle informazioni raccolte durante la realizzazione del progetto RII viene essere facilitata dalla partecipazione della Regione Emilia Romagna ad un circuito europeo di Enti già attivato da anni.(pag. 34)

Possono manifestarsi i seguenti problemi:

- (a) il pubblico esterno è esiguo;
- (b) basso interesse verso i convegni;
- (c) i materiali divulgativi non sono efficaci.

Per affrontare queste problematiche si prevede che:

- (a) i fornitori esterni saranno scelti tra il network dei partecipanti al progetto selezionando quelli con chiare capacità in merito ai problemi ambientali e ai metodi di comunicazione e con un alto numero di contatti;
- (b) il rischio è basso, in quanto i principali portatori di interesse saranno coinvolti durante l'intero progetto e rappresenteranno il principale obiettivo per i risultati del progetto;
- (c) il coinvolgimento del gruppo di comunicazione interno al progetto nella definizione dei materiali ridurrà il rischio.

4) COMUNICAZIONE INTERNA DEL GRUPPO DI LAVORO E AI DIRIGENTI E AI COLLEGHI INTERESSATI

- Attivazione di una apposita condivisa grazie alla quale i membri del gruppo tecnico di lavoro possono scambiarsi e condividere in tempo reale tutto il materiale conoscitivo, i dati raccolti nell'esercizio delle proprie mansioni, parti di lavoro eseguite come da distribuzione dei compiti, e altro.
Questo permette di ridurre significativamente i tempi ed i costi operativi, rispetto alla realizzazione di incontri personali.
- Comunicazione diretta, oltre il Gruppo Tecnico di Lavoro, per la diffusione di informazioni, secondo gli strumenti di comunicazione a disposizione della Regione, volta a condividere le metodologie messe in atto dal Progetto LIFE RII, nonché eventualmente a migliorarle, in funzione di obiettivi comuni a diversi settori.

5) REPORT PER LA TRASFERIBILITÀ DEI RISULTATI DEL PROGETTO IN AMBITO NAZIONALE ED EUROPEO

Modalità da definire in fase più avanzata della attuazione del Progetto.

6) PIANO DI COMUNICAZIONE POST LIFE - (pag. 95 – AZIONE D.5)

Il piano di comunicazione post LIFE sarà prodotto dal beneficiario coordinatore con il supporto dei partecipanti al Progetto. Il piano definirà le azioni per continuare a comunicare e diffondere i risultati del Progetto dopo il termine del finanziamento. Il piano, redatto in italiano, sarà realizzato in formato cartaceo e digitale e sarà consegnato come prodotto a sé stante insieme al report finale. Il piano sarà definito a partire dall'esperienza maturata con gli eventi di disseminazione e comunicazione realizzati durante il progetto, cercando di sottolineare punti di forza e di debolezza emersi.

Può manifestarsi il seguente problema:

- i materiali divulgativi adottati durante il progetto non sono risultati efficaci

Per affrontare questa problematica si prevede che:

- l'esperienza sviluppata durante i momenti di disseminazione del progetto permetterà di fare tesoro degli errori e di mettere a punto un piano di comunicazione post LIFE efficace

- il coinvolgimento del gruppo di comunicazione interno al progetto nella definizione del piano ridurrà il rischio.

Risultati attesi:

un piano di comunicazione post LIFE

Indicatori di progresso:

piano di comunicazione post LIFE entro il mese 41.