



PROMETEO



Piano di Comunicazione

Progetto PROMETEO

Un village transfrontalier pour protéger la culture des arboricoles méditerranéennes en partageant les connaissances

Réf. N° C-5_2.1 -36



PROMETEO

Deux rives qui s'unissent
pour la défense des arboricultures
méditerranéennes

Settembre 2022



PROMETEO



Sommario

1. Introduzione	3
2. La strategia di Comunicazione e la struttura del Piano	4
2.1. La struttura di gestione della comunicazione e le risorse umane.....	8
2.2. Le fasi di attuazione della strategia di comunicazione.....	9
3. Obiettivi del Piano di Comunicazione	9
3.1. Gli obiettivi principali del progetto.....	9
3.2. Gli obiettivi specifici della comunicazione.....	10
4. Analisi dei gruppi target	11
4.1. Gruppi esterni.....	11
4.2. Gruppi interni.....	15
5. Messaggi chiave	16
6. Quadro operativo del piano strategico di comunicazione	17
6.1. Attuazione delle attività di comunicazione esterna.....	19
6.2. Attuazione delle attività di comunicazione interna.....	31
6.3. Schede di attuazione degli strumenti di comunicazione.....	33
7. Indicatori di performance	46
8. Calendario previsionale di attuazione delle attività	49
9. Budget previsionale	50



PROMETEO



1. Introduzione

Il presente Piano di Comunicazione intende promuovere il progetto PROMETEO, "*Un Village transfrontalier: pour protéger les cultures arboricoles méditerranéennes en partageant les connaissances*", con un percorso continuo ed omogeneo che accompagni il progetto, nel corso dei suoi due anni di attività, attraverso lo sviluppo di azioni che valorizzino il patrimonio delle colture arboree tipiche mediterranee quali agrumi, mandorli e ulivi; l'obiettivo è quello di creare una rete transfrontaliera di collaborazione tra ricercatori, aziende e altri attori italiani e tunisini per favorire lo sviluppo di soluzioni tecniche innovative e sostenibili per la protezione delle colture arboree mediterranee contro agenti patogeni che da quarantena o parassiti emergenti, che ne minacciano la redditività e la sopravvivenza.

Il progetto PROMETEO, che si caratterizza per un elevato livello di innovatività in quanto prevede l'applicazione del metodo scientifico aperto, mira a migliorare la qualità dei servizi forniti dai laboratori scientifici e didattici dei due paesi partner, ad aggiornare le conoscenze dei ricercatori e degli *stakeholder* sulla base della consulenza di esperti di fama internazionale, attraverso incontri, seminari, corsi residenziali e a distanza, finalizzati allo sviluppo e validazione di protocolli e buone pratiche e nella definizione di linee guida per gli studi e le ricerche scientifiche del settore.

La rete transfrontaliera rappresenta una piattaforma tecnologica di interazione tra tutti gli attori delle filiere per condividere idee, esperienze e conoscenze e per trasferire innovazione tecnologica attraverso attività pilota di dimostrazione e divulgazione scientifica nei diversi ambienti.

Il progetto strategico si inserisce nell'ambito del *Programme IEV de Coopération Transfrontalière (CT) "Italie– Tunisie" 2014-2020* e intende realizzare un "villaggio per la condivisione di conoscenze ed esperienze" nel comune di Palazzolo Acreide, un paesino rurale storico dalla forte connotazione mediterranea situato in Sicilia, la principale regione agrumicola d'Italia, al confine tra le province di Siracusa e Ragusa, area *target* del progetto.

I risultati del progetto saranno utili per orientare le politiche agricole, rafforzare i servizi fitosanitari, aumentare l'efficienza produttiva, la competitività e la sostenibilità di questi settori e migliorare gli standard di qualità nella sicurezza alimentare.

Il team transfrontaliero è costituito da otto partner che includono le Università di Catania, Dipartimenti di Agricoltura Alimentazione e Ambiente – Di3A, Scienze chimiche – DSC e Scienze Biomediche e Biotecnologiche – BIOMETEC (UNICT) e di Tunis El Manar (UTM), il *Centre Technique des Agrumes (CTA)*, l'*Institut National de la Recherche Agronomique de Tunisie (INRAT)*, l'*Agence Nationale de la Promotion de la Recherche Scientifique (ANPR)*, il Comune di Palazzolo Acreide, il Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione



PROMETEO



della Conoscenza (CERID) e l'azienda Expergreen.

Innovazione e multimedialità rappresentano i punti chiave della strategia di comunicazione. L'obiettivo è incoraggiare e stimolare la partecipazione attiva di tutti i soggetti partner e degli *stakeholder*, per un confronto continuo e per uno sviluppo del materiale informativo da divulgare favorendone accessibilità, fruibilità e interattività.

Per realizzare tutto ciò, il presente piano di comunicazione, in linea con i principi generali del Progetto PROMETEO, pianifica su scala pluriennale la strategia di comunicazione che verrà adottata nell'ambito del progetto per raggiungere l'obiettivo generale di disseminazione. Per tale ragione, il Piano di Comunicazione definisce l'elenco delle azioni e dei prodotti concepiti con l'obiettivo di informare circa gli obiettivi e i risultati intermedi e finali del Progetto tutti i soggetti che saranno coinvolti nella realizzazione delle attività, divulgarne i risultati e raggiungere i soggetti delle reti nazionali e internazionali per sensibilizzare e costruire partecipazione e consenso sociale intorno ad esso.

2. La strategia di Comunicazione e la struttura del Piano

In linea con le raccomandazioni della Commissione Europea e con le indicazioni contenute nel Manuale di attuazione dei progetti, il Piano di Comunicazione del progetto PROMETEO contiene le seguenti informazioni:

- Definizione degli obiettivi di comunicazione
- Segmentazione e individuazione dei gruppi *target*
- Definizione dei messaggi chiave per gruppo *target* (in relazione agli obiettivi operativi dell'azione)
- Individuazione degli strumenti e dei canali di comunicazione prescelti
- Determinazione delle principali attività di comunicazione previste e predisposizione del relativo cronoprogramma di azione
- Identificazione degli indicatori di valutazione della *performance* di comunicazione (KPI)
- Monitoraggio e rilevazione dei risultati, analisi di verifica e degli scostamenti
- Definizione del piano delle risorse umane coinvolte nel processo di comunicazione
- Definizione per piano delle risorse finanziarie e determinazione del relativo budget di comunicazione



PROMETEO



Utilizzando un acronimo derivante da un termine inglese e mutuato dalla comunicazione d'impresa e dall'approccio del *Goal Setting* (George Doran, Arthur Miller and James Cunningham, 1981), i contenuti e gli obiettivi del presente Piano di Comunicazione rispondono alla regola "**SMART**", vale a dire:

- **Specific:** chiari e precisi
- **Measurable:** quantificabili e misurabili
- **Attainable:** attraenti e realisticamente raggiungibili
- **Realistic:** pertinenti con i mezzi e il pubblico
- **Time-bound:** tempificabili

Specific. Poiché un obiettivo specifico ha maggiori possibilità di essere realizzato di un obiettivo generale, sono stati impostati obiettivi specifici rispondenti alle sei domande "W" (*Who, What, Where, When, Which, Why*). Il Piano di Comunicazione, dunque, individua i seguenti fattori chiave:

- A CHI: Chi è coinvolto? Chi sono i *target group*?
- COSA: Cosa voglio comunicare? Quali messaggi e prodotti?
- DOVE: Identificare una posizione.
- QUANDO: Quali sono le tempistiche per il raggiungimento degli obiettivi di disseminazione?
- QUALI: Quali sono i metodi della disseminazione?
- PERCHÉ: Quali sono gli scopi o benefici della disseminazione?

Measurable. Per verificare i progressi effettuati verso il raggiungimento degli obiettivi prefissati sono stati stabiliti criteri concreti di misurazione (indici) per ogni prodotto di comunicazione previsto. Gli strumenti di verifica e misurazione dei risultati raggiunti che sono stati individuati permetteranno non solo il monitoraggio delle attività di comunicazione ma anche una oggettiva valutazione dell'efficacia delle stesse. Nella parte finale del Piano sono riepilogate le modalità di valutazione individuate per ogni singolo strumento di comunicazione identificato.

Attainable. Gli obiettivi sono stati fissati in modo tale da essere realistici, attendibili e quindi raggiungibili. La maggior parte delle persone coinvolte e del pubblico cui saranno indirizzate



PROMETEO



le attività di comunicazione possiedono limitate competenze tecniche o scientifiche, e pertanto sarà necessario non fissarsi sugli aspetti tecnici del progetto ma individuare degli obiettivi di disseminazione e dei messaggi chiave facilmente comprensibili anche dal pubblico non specializzato. Gli obiettivi e le strategie di comunicazione sono stati inoltre concordati e condivisi con tutti i partner del Progetto.

Relevant. Gli obiettivi devono essere rilevanti, importanti per il raggiungimento delle finalità dell'iniziativa, e devono essere pienamente coerenti con gli strumenti che si intendono utilizzare nella strategia di comunicazione e con i gruppi *target* da raggiungere.

Time-bound. Al fine di massimizzare l'impatto degli sforzi di comunicazione, le attività sono state organizzate con tempistiche precise, che prevedono momenti di verifiche periodiche e *Milestones* che dettano tempi certi per il raggiungimento e il controllo degli obiettivi prefissati.





PROMETEO



Una strategia di comunicazione supporta il raggiungimento degli obiettivi e delle attività di un progetto o programma. Si tratta di tradurre in termini di attività e azioni suscettibili di rimuovere in tutto o in parte i vincoli individuati durante l'analisi dell'attuazione delle attività. Deve essere sviluppato durante la fase di formulazione del progetto o programma, in ogni caso, deve incoraggiare e supportare la consultazione e il dialogo tra tutti i partner e gli attori di un programma o progetto.

L'approccio teorico della strategia di comunicazione tiene conto di due aree di comunicazione di riferimento legate al Progetto:

- la raccolta e la condivisione di conoscenze per **contribuire alla valorizzazione dei risultati della ricerca**
- il trasmissione di informazioni, dati e conoscenze ad interlocutori, partner, beneficiari a seguito delle attività svolte con l'obiettivo **di aumentare la visibilità di PROMETEO tra i principali target del Progetto** .

Da questo punto di vista, la comunicazione può essere considerata come una strategia applicata alle relazioni con i soggetti coinvolti a vario titolo nel Progetto e come un insieme di strumenti volti a informare, ma anche a cogliere e rappresentare la realtà, e a produrre un comune "visione".

Un piano di comunicazione dovrebbe basarsi sui seguenti valori:

1. Esistenza: Il principio dell'esistenza di una strategia di comunicazione deve essere rispettato.
2. Continuità: La continuità deve essere assicurata con i mezzi finanziari e le relative risorse umane.
3. Differenziazione: Si tratterà di proporre uno stile di comunicazione specifico di PROMETEO che le consenta di differenziarsi dagli altri trasmettitori
4. Chiarezza: sarà necessario garantire che i messaggi siano chiari; evitare testi troppo tecnici, amministrativi o pomposi.
5. Realismo: le attività di comunicazione dovrebbero essere realistiche dato il tempo rimanente e le risorse disponibili
6. La variazione: declinare su tutti i media gli obiettivi di comunicazione che vogliamo illustrare per i prossimi mesi.



PROMETEO



7. Coerenza: i meccanismi posti in essere a livello della strategia di comunicazione, tenendo conto in particolare della comunicazione operativa al fine di mobilitare tutti i dipendenti, devono essere coerenti con gli orientamenti strategici di PROMETEO.
8. Accettabilità interna: I collaboratori del progetto saranno tutti informati, in modo privilegiato e davanti al pubblico esterno.

2.1. La struttura di gestione della comunicazione e le risorse umane

Requisito essenziale per la corretta ed efficace realizzazione della comunicazione di progetto è la costituzione di un gruppo di lavoro qualificato, esperto e con forti propensioni alla gestione e organizzazione di campagne di comunicazione ed eventi, ma soprattutto flessibile e disponibile per tutte le eventuali richieste.

Per tale ragione il flusso di comunicazione del progetto PROMETEO verrà coordinato e gestito attraverso il Gruppo di Lavoro Tematico per la Comunicazione. Questo prevede la presenza di un Coordinatore della Comunicazione, un esperto senior del partner Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione della Conoscenza (CERID), partner responsabile del Task Group 2 "Attività di comunicazione" GT2, che coordinerà le attività di diffusione, sensibilizzazione e comunicazione del progetto sotto la supervisione continuativa dell'Organismo Responsabile delle attività di comunicazione di progetto, ossia il Beneficiario Principale, Università degli Studi di Catania, con il supporto e coinvolgimento diretto del partner tunisino l'*Agence Nationale de la Promotion de la Recherche Scientifique* (ANPR), che vanta rilevanti esperienze e competenze nell'ambito della comunicazione.

Oltre al coordinatore, faranno parte del gruppo di lavoro i referenti dei singoli partner di progetto, appositamente individuati a tale scopo, e che dovranno interfacciarsi gli uni con gli altri per confrontarsi sulle linee strategiche da adottare per la comunicazione, per la produzione e l'approvazione dei documenti e dei prodotti, per lavorare sinergicamente al coinvolgimento degli *stakeholder*, per coordinare la comunicazione esterna verso i *media* e gli enti territoriali.

Attraverso il Gruppo di Lavoro Tematico per la Comunicazione ogni partner verrà inoltre direttamente coinvolto per contribuire all'attività di comunicazione del progetto attraverso la diffusione e la promozione di attività, eventi, appuntamenti e risultati raggiunti dal progetto.

I componenti del gruppo si incontreranno ogniqualvolta sia necessario, e manterranno un livello di comunicazione e scambio continuo e costante anche attraverso mezzi e programmi informatici.

2.2. Le fasi di attuazione della strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione del progetto PROMETEO verrà attuata in 3 fasi principali, sequenzialmente integrate e cronologicamente correlate in funzione degli di avanzamento e del raggiungimento degli obiettivi di progetto.

- **Fase 1:** All'inizio e nei primi mesi del progetto, l'obiettivo specifico sarà quello di **informare sul progetto e sui prodotti/risultati attesi**, mostrandone il potenziale e la sua innovazione, al fine di creare consenso e supporto attorno al progetto stesso, elementi necessari per lo sviluppo delle successive azioni del progetto;
- **Fase 2:** In una fase successiva del progetto si punterà ad **analizzare lo stato dell'arte e di avanzamento delle attività**, al fine di comunicare e far conoscere le attività del progetto, di comunicare in anticipo le future attività da sviluppare e documentare i progressi ed i risultati ottenuti, al fine di rafforzare e ampliare la partecipazione ad eventi futuri e l'interesse per il progetto stesso;
- **Fase 3:** Infine, nell'ultimo periodo del progetto, si punterà a **diffondere le conoscenze acquisite, le buone pratiche sviluppate e i risultati ottenuti** al fine di garantire la futura sostenibilità del progetto PROMETEO anche dopo la sua conclusione.

Tutte le varie fasi verranno caratterizzate da una strategia di comunicazione, nel pieno rispetto delle linee guida in materia di comunicazione e visibilità del Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia" 2014-2020, punterà a garantire la trasparenza dei messaggi da trasmettere, attraverso il sapiente utilizzo dei vari strumenti di comunicazione e attraverso un linguaggio modellato sui gruppi *target*, ma che in ogni caso, pur a dispetto dei contenuti prettamente tecnici, si presenti chiaro, comprensibile, diretto, accessibile e idoneo a diffondere i messaggi in maniera ottimale.

3. Obiettivi del Piano di Comunicazione

Gli obiettivi generali della comunicazione corrispondono ai risultati che il progetto dovrebbe raggiungere a medio e lungo termine.

3.1. Gli obiettivi principali del progetto

Il progetto mira a migliorare la qualità dei servizi forniti dai laboratori scientifici e istituzioni educative dei due paesi partner Italia e Tunisia, per aggiornare le conoscenze dei ricercatori e altre parti interessate, affidandosi alla consulenza di rinomati esperti a livello



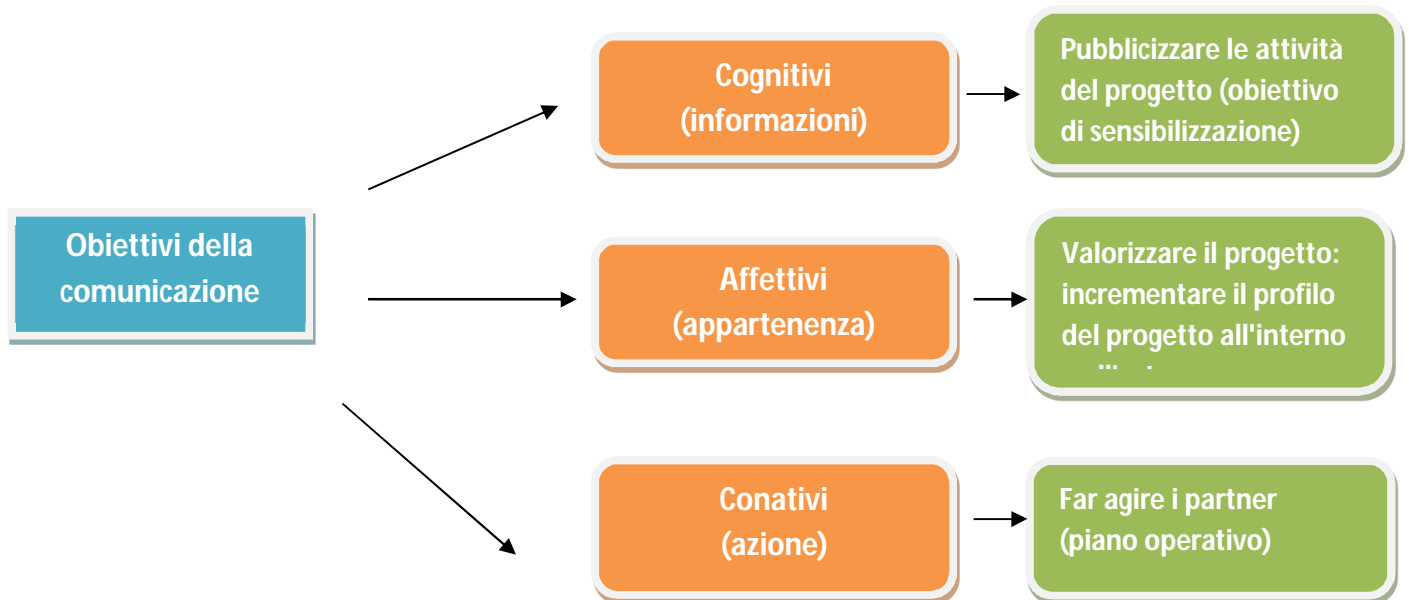
PROMETEO



internazionale, attraverso incontri e seminari, corsi residenziali e di formazione a distanza, assistenza nello sviluppo e nella validazione di protocolli e *best practice* e la definizione delle linee guida.

Pertanto, il piano di comunicazione strategica ha i seguenti obiettivi generali

- Promuovere la diffusione di informazioni sul progetto PROMETEO.
- Pubblicare e diffondere i risultati del progetto PROMETEO, creando sinergie tra il mondo della ricerca e dell'innovazione e gli attori socio-economici.
- Evidenziare il ruolo e l'importanza del sostegno dell'UE per la promozione della ricerca e dell'innovazione.



3.2. Gli obiettivi specifici della comunicazione

- Comunicare strategicamente gli obiettivi del progetto agli *stakeholder* e ai gruppi *target* interessati.
- Informare i gruppi *target* sullo stato di avanzamento del progetto e delle attività.
- Aumentare il coinvolgimento e la partecipazione di tutte le parti interessate
- Promuovere le azioni del progetto e i loro risultati presso i beneficiari finali attraverso la diffusione del marchio "PROMETEO".
- Diffondere i risultati del progetto al più alto livello, considerando che i decisori politici rappresentano una risorsa essenziale nel processo di valorizzazione della ricerca scientifica in generale e di promozione del progetto in particolare.
- Evidenziare il ruolo dell'UE nella promozione della cultura dell'innovazione su entrambe le sponde del Mediterraneo.

4. Analisi dei gruppi *target*

Il piano strategico di comunicazione si sviluppa principalmente sulla base dell'analisi delle relazioni funzionali che legano il progetto PROMETEO alle istituzioni e ai soggetti che agiscono nel suo ambiente di riferimento.

I *target* del progetto PROMETEO sono i gruppi identificati come direttamente rilevanti per il conseguimento degli obiettivi di comunicazione del progetto, ovvero i soggetti chiave che si ritiene abbiano il potenziale di fornire la massima risonanza possibile ai risultati del progetto e di ampliare il più possibile il numero di *stakeholder* coinvolti nella realizzazione delle azioni.

Le attività di comunicazione verranno sviluppate in maniera tale da interagire e collaborare con i diversi *target* nel modo più efficiente possibile.

I soggetti verso i quali sarà indirizzata la comunicazione possono essere distinti in due ambiti specifici.

- Un primo ambito è quello “esterno” e rappresenta l’insieme dei *target* veri e propri ai quali il progetto PROMETEO deve comunicare e verso i quali il progetto stesso è indirizzato.
- Il secondo ambito è quello “interno” e rappresenta il contesto nel quale agiscono e si relazionano i membri del partenariato del progetto PROMETEO, i cui modelli organizzativi necessitano di una struttura di comunicazione tanto efficace quanto efficiente.

4.1. Gruppi esterni

Il progetto PROMETEO è un progetto integrato e, in quanto tale, rivolge particolare attenzione al coinvolgimento dei vari *stakeholder* che svolgono un ruolo chiave nell’ambito della implementazione di una strategia di gestione transfrontaliera coordinata, come ad esempio le aziende agricole, le associazioni di produttori, i vivai, i professionisti, le università, i enti di ricerca, i sindacati, ma anche i beneficiari finali, le autorità pubbliche, i media e gli *influencer*.

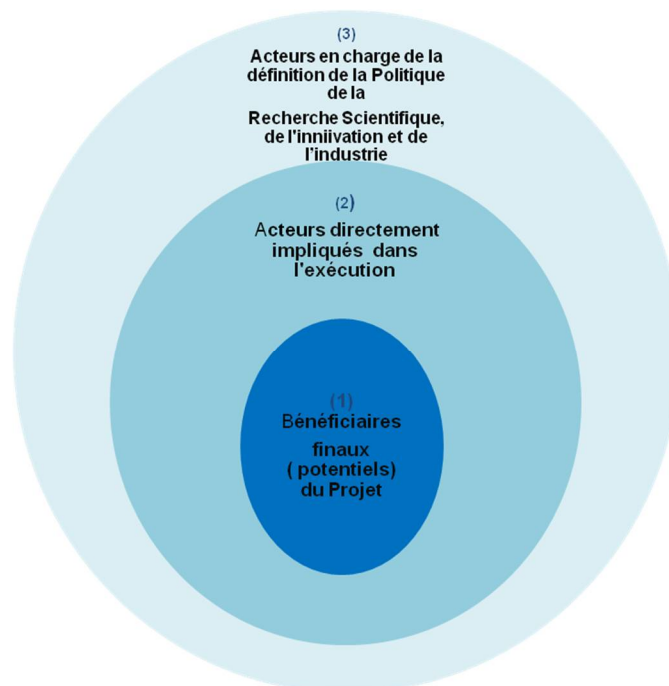
Nello specifico, i diversi portatori di interesse a cui si rivolge la comunicazione esterna sono riassunti e schematizzati nelle seguenti categorie:



PROMETEO



- 1- Gli attori direttamente coinvolti nel progetto: i gruppi *target* direttamente coinvolti nel progetto sono stati inseriti nella rete per le loro competenze specialistiche o perché come attori nelle catene *target* sono interessati alla risoluzione del problema e ne beneficeranno direttamente dai risultati del progetto quali aziende agricole, vivai, gruppi professionali, università, enti di ricerca, sindacati
- 2- I beneficiari finali: sono coloro che beneficiano dei risultati del progetto attraverso i gruppi *target*, l'attività di divulgazione, le applicazioni dei risultati su scala più ampia e le ricadute indirette, per citare i servizi fitosanitari e di assistenza tecnica, le associazioni dei produttori agricoli e imprese agricole e commerciali
- 3- I decisori/autorità pubbliche: gli attori preposti alla definizione della politica per la ricerca scientifica, l'agricoltura e l'industria, le istituzioni finanziarie.
- 4- Gli *opinion maker*: i *media* e gli *influencer*



Ancora più in dettaglio, in considerazione della specificità del progetto Prometeo, sono stati individuati e classificati i seguenti gruppi *target*:

Gruppi <i>target</i> della comunicazione	Descrizione del Gruppo <i>Target</i>
Gruppo <i>Target</i> 1	Imprese agricole e vivaisti, associazioni di produttori e distretti produttivi dell'intera macroregione Sicilia-Tunisia e di altri paesi dell'EPPO.
Gruppo <i>Target</i> 2	Enti di ricerca e Servizi Fitosanitari
Gruppo <i>Target</i> 3	Operatori turistici e culturali (Comune di Palazzolo Acreide)
Gruppo <i>Target</i> 4	Imprese fornitrici di mezzi tecnici e servizi per l'Agricoltura
Gruppo <i>Target</i> 5	Decisori pubblici

Di seguito si riportano gli obiettivi di progetto Prometeo in funzione dei differenti gruppi *target*.

Gruppi <i>target</i> della comunicazione	Descrizione del Gruppo <i>Target</i>	Indicatore Obiettivo
Gruppo <i>Target</i> 1	Imprese agricole, vivaisti, associazioni di produttori e distretti produttivi dell'intera macroregione Sicilia-Tunisia e di altri paesi dell'EPPO.	12
Gruppo <i>Target</i> 2	Enti di ricerca e Servizi Fitosanitari.	10
Gruppo <i>Target</i> 3	Operatori culturali e turistici della provincia di Siracusa, cittadinanza di Palazzolo Acreide.	100 persone
Gruppo <i>Target</i> 4	Imprese fornitrici di mezzi tecnici e servizi per l'Agricoltura.	2
Gruppo <i>Target</i> 5	Decisori pubblici	100 persone



PROMETEO



I beneficiari finali del progetto

I "beneficiari finali" sono coloro che trarranno benefici a lungo termine dal progetto a livello di società o di settore più ampio.

La platea dei beneficiari del progetto è molto più ampia di quella dei gruppi *target*.

Si tratta principalmente dei servizi fitosanitari e servizi di assistenza tecnica in agricoltura dei paesi dell'EPPO, degli Enti e organismi Internazionali ed Europei preposti alla protezione delle colture ed alla sicurezza alimentare (EPPO, FAO, EFSA), delle Associazioni di produttori agricoli, organizzazioni professionali e altri organismi associativi dell'intera macroregione Sicilia-Tunisia e di altri paesi dell'EPPO, delle aziende agricole, aziende commerciali, vivaisti, fornitori di prodotti e servizi delle tre filiere *target* nel territorio dell'EPPO e degli operatori culturali e turistici della provincia di Siracusa, con particolare riferimento al Comune di Palazzolo Acreide e alla sua cittadinanza.

Le categorie dei beneficiari sono elencate schematicamente nella tabella seguente, dove viene indicato anche il valore *target* da raggiungere; queste categorie saranno raggiunte e beneficeranno dei risultati del progetto tramite i gruppi *target*, l'attività di divulgazione e disseminazione, le applicazioni dei risultati su scala più ampia e le ricadute indirette.

Beneficiari Finali	Categoria dei beneficiari finali	Valore Target
Beneficiari finali 1	Servizi fitosanitari e servizi di assistenza tecnica in agricoltura dei paesi dell'EPPO	n. persone 500
Beneficiari finali 2	Enti e organismi Internazionali ed Europei preposti alla protezione delle colture ed alla sicurezza alimentare (EPPO, FAO, EFSA)	n. persone 1.000
Beneficiari finali 3	Associazioni di produttori agricoli, organizzazioni professionali e altri organismi associativi dell'intera macroregione Sicilia-Tunisia e di altri paesi dell'EPPO	n. persone 10.000
Beneficiari finali 4	Aziende agricole, aziende commerciali, vivaisti, fornitori di prodotti e servizi delle tre filiere <i>target</i> nel territorio dell'EPPO	n. persone 200.000
Beneficiari finali 5	Operatori culturali e turistici della provincia di Siracusa, cittadinanza di Palazzolo Acreide	n. persone 8.000

4.2. Gruppi interni

Questo *target* è composto da tutti i partner coinvolti nell'esecuzione delle attività del progetto PROMETEO e deve essere considerato omogeneo per favorire la trasversalità del messaggio.

Il flusso di comunicazione interno al partenariato deve essere finalizzato a mantenere costante lo scambio di informazioni fra partner, per garantire la gestione del progetto e per raggiungere gli obiettivi strategici di conservazione e di comunicazione e disseminazione dei risultati.

Il Gruppo di Comunicazione, ossia il gruppo di lavoro composto dal responsabile della comunicazione e dai referenti individuati da ciascun partner che verrà creato all'inizio del progetto, svolgerà un ruolo determinante per assicurare una continua e coordinata comunicazione interna.

Le relazioni tra i partner si manterranno attraverso seminari, dibattiti e *brainstorming* ma anche attraverso forme di comunicazione formale e informale nonché in forme individuali e non necessariamente di gruppo, valorizzando professionalità e attitudini del personale coinvolto.

La comunicazione interna del partenariato significherà lavorare e discutere insieme e mantenere un costante aggiornamento sul progresso del progetto, e potrà essere implementata soprattutto mediante le tecnologie di comunicazione disponibili (email, messaggistica, videoconferenze, ecc).



PROMETEO



5. Messaggi chiave

Una volta definito il *target* di riferimento, è opportuno individuare dei messaggi chiave, che dovranno di volta in volta essere tarati a seconda del pubblico cui sono indirizzati.

Questi saranno definiti seguendo i seguenti principi:

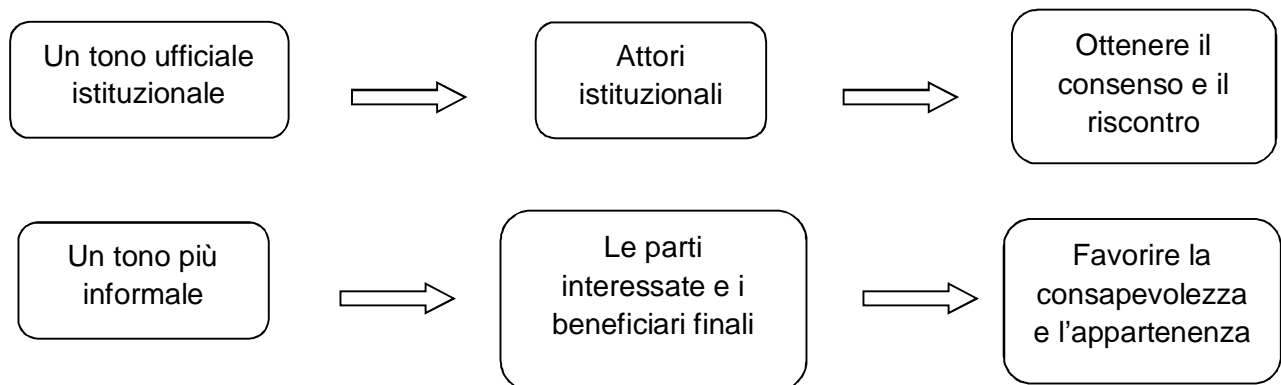
- mostrare l'importanza e la rilevanza del problema;
- collegare i messaggi che si vogliono trasmettere ai valori, alle motivazioni e agli interessi del pubblico specifico;
- individuare messaggi che siano culturalmente rilevanti e che colpiscano la sensibilità del pubblico.

I messaggi chiave dovranno essere chiari, intuibili e assimilabili, in modo da essere facilmente ricordati, magari da riassumere come titoli con alcune parole o frasi chiave.

I messaggi fluiscono logicamente dagli obiettivi di comunicazione fissati e dai cambiamenti desiderati a livello di ciascun gruppo *target*.

In termini di tono, si tratta di scegliere l'orientamento che verrà dato a ciascun messaggio per aumentare le sue possibilità di influenzare il *target* prefissato.

Nell'ambito del progetto PROMETEO, i messaggi da consegnare possono assumere due toni:





PROMETEO



6. Quadro operativo del piano strategico di comunicazione

Tutti gli strumenti di comunicazione devono consentire a ciascun partner di comunicare i risultati delle proprie attività e gli obiettivi raggiunti sia ai partner interni del progetto che agli *stakeholder* e operatori esterni all'area produttiva, ma potenzialmente interessati al tema del progetto PROMETEO.

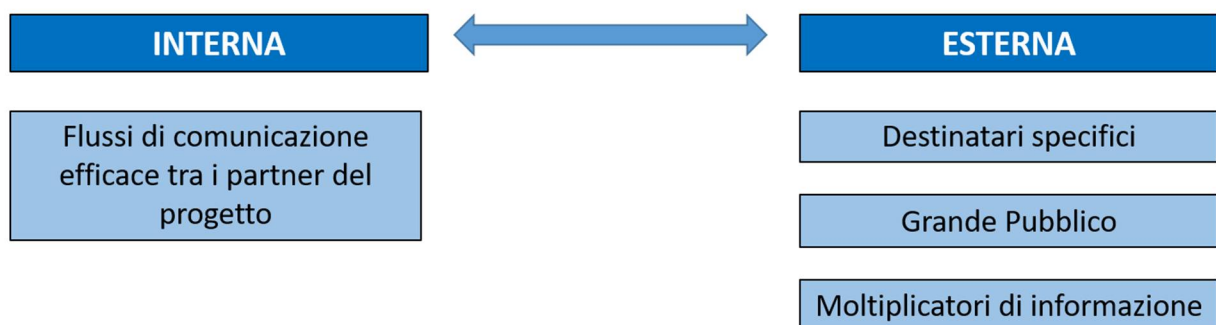
Nell'ambito degli strumenti di comunicazione, si può distinguere tra due principali tipologie:

1. Gli strumenti di comunicazione esterna
2. La comunicazione interna tra i partner del progetto

Gli strumenti di comunicazione esterna consentono di trasmettere i contenuti progettuali in termini di obiettivi, azioni e risultati attesi e raggiungere in maniera rapida ed efficace la vasta platea degli attori e degli *stakeholder* coinvolti nell'iniziativa progettuale.

Gli strumenti di comunicazione interna consentono invece la creazione di un flusso di lavoro condiviso nonché di momenti di dialogo e luoghi tra i partner del progetto, e riguarda la diffusione di tutte le informazioni tra i partner coinvolti nell'attuazione del progetto al fine di comunicare in modo uniforme ed omogeneo e armonizzare le differenze comunicative derivanti dalla diversità del core business dei partner, e quindi delle sensibilità, degli ambiti di azione e dello scenario operativo su cui i partner esercitano ogni giorno le specifiche attività.

La comunicazione del Programma



Di seguito vengono indicati gli strumenti principali che verranno adottati per perseguire le strategie esterne di comunicazione del progetto PROMETEO.

- Logo e identità visiva
- Sito *web*
- *Newsletter* periodica
- Pagine profili *social* (Facebook, Instagram, Twitter e YouTube)
- Materiale promozionale (Pannelli, *Roll-up*, Pubblicazioni scientifiche, *gadget*)
- Eventi (Seminari, *Kick-off meeting* - KoM, *Meeting* di chiusura - FM, ecc.)
- Promozione sui *media* e sulla stampa locale e regionale
- Realizzazione di un video di divulgazione del progetto PROMETEO

Tutti i materiali prodotti dovranno recare il logo del Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia" 2014-2020, dell'Unione Europea, indicazione del cofinanziamento "Programma cofinanziato dall'Unione Europea", stemma della Repubblica Italiana, della Repubblica Tunisina e della Regione Siciliana, il logo del Progetto PROMETEO in prima pagina, come previsto dalla normativa europea e dall'Ente Gestore nel Manuale di Identità Visiva del PO. I documenti ufficiali prodotti dai partner saranno redatti in lingua francese.

Ogni strumento verrà presentato in dettaglio nelle pagine seguenti e corredato da una scheda descrittiva di riepilogo.



PROMETEO



6.1. Attuazione delle attività di comunicazione esterna

LOGO e IDENTITÀ GRAFICA E VISIVA

L'immagine o identità grafica del progetto garantisce la chiara individuazione del progetto stesso. Essa comprende il logo ed i *format* predefiniti che vengono utilizzati nei principali materiali di comunicazione (ad esempio carta intestata, copertina dei *report*, *template* per le presentazioni, *virtual background* per le riunioni telematiche, ecc.) e consente di identificare il progetto in maniera immediata. Affinché questo sia possibile, l'identità grafica deve essere efficace e altamente comunicativa. Deve inoltre essere funzionale alla percezione di un'identità comune e coerente per tutte le azioni di progetto, che saranno in questo modo identificate rapidamente e con facilità. Oltre a facilitare la riconoscibilità delle azioni e dei documenti e prodotti realizzati nell'ambito del progetto, l'identità grafica consentirà che questi vengano inoltre automaticamente associati alle sue finalità e ai suoi messaggi chiave, rendendo più efficace la veicolazione delle informazioni.

Tutti i materiali di comunicazione che verranno realizzati prevedono l'uso del logo di progetto integrato ai loghi istituzionali previsti dal Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia" 2014-2020.

Il logo è l'identità stessa del progetto, ovvero l'immagine che lo rappresenta. Deve quindi essere compreso da tutti e facilmente memorizzato, ma deve anche tradurre i valori, fornire informazioni sulle attività, deve quindi differenziare il progetto da altri progetti dello stesso tema.

L'approccio da adottare, quindi, è quello di dare un'identità al progetto che possa durare nel tempo in modo da garantire la visibilità del progetto e quindi pianificarne lo sviluppo su tutti i diversi mezzi di comunicazione (stampa, digitale, audiovisivo, ecc.) nel rispetto delle linee guida di comunicazione e visibilità del Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia" 2014-2020, ovvero la visualizzazione dei seguenti elementi su qualsiasi mezzo di comunicazione:

1. *L'emblema dell'Unione Europea.*
2. *Indicazione del cofinanziamento: "Progetto cofinanziato dall'Unione Europea"*
3. *Il logo del Programma Operativo Congiunto ENI CT "Italia-Tunisia" 2014-2020.*
4. *Il logo della Repubblica Italiana,*
5. *Il logo della Repubblica Tunisina*
6. *Il logo della Regione Siciliana*
7. *Il logo del progetto PROMETEO*



PROMETEO



Il logo e l'immagine coordinata sono stati ideati e sviluppati con l'obiettivo di garantire una chiara riconoscibilità e visibilità al Progetto e ai suoi contenuti informativi. Il logo scelto assicura e garantisce un impatto importante in termini di visibilità e riconoscibilità del Progetto, uniformando tutti i livelli della comunicazione all'immagine coordinata.

Nella realizzazione del logo del progetto si è cercato di conciliare i diversi aspetti concettuali del progetto con le esigenze grafiche e logistiche di utilizzo.

Da un punto di vista di output realizzativi si è lavorato sulla definizione del logotipo, che è stato realizzato per riaffermare elementi di unicità, originalità e capacità di adattamento su diversi formati. La definizione del Logo del progetto PROMETEO è stata un'azione condivisa dai diversi partner del progetto per adottare un marchio che fosse il più possibile rappresentativo delle esigenze di tutti i soggetti protagonisti.

Oltre al logo è stata sviluppata una linea guida grafica che potesse adattarsi agli strumenti di comunicazione del progetto. La grafica del logo e le scelte cromatiche che lo definiscono sono state quindi ribadite sulla carta intestata del progetto PROMETEO, sui *format* di presentazione e sui documenti interni.

Sono stati inizialmente predisposti una serie di bozzetti che identificano al meglio l'idea di fondo di rappresentare il momento di unione delle due sponde transfrontaliere Italia e Tunisia e di ricomprendere al loro interno le tre colture arboree oggetto di ricerca del progetto Prometeo.

Dopo diversi tentativi sottoposti alla valutazione dei partner, la scelta finale si è orientata verso una stilizzazione degli elementi simbolici che poi, attraverso i colori, riprendono gli elementi caratterizzanti degli agrumi (arancione) mandorli (marrone) e ulivi (verde) e, attraverso lo sfondo di congiunzione, rendono evidente la cooperazione internazionale tra l'Italia e la Tunisia.

Di seguito sono presentati i vari bozzetti di prova utilizzati per la scelta del logo del progetto Prometeo:



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO



Progetto Prometeo

Di seguito si presenta infine il logo definitivo del progetto Prometeo, sia nella sua versione ridotta che nella versione più estesa, comprensiva del *pay-off* (“Due sponde che si uniscono a difesa delle culture arboree mediterranee”) e della USP del progetto.

L’idea di base pone l’accento sull’agricoltura in senso lato, ma l’utilizzo dei tre colori come sfondo riporta ai nostri tre elementi fondamentali: olivicoltura, mandorlicoltura, agrumicoltura.

Il font utilizzato è di tipo “Montserrat” con uno stile contemporaneo e professionale ed è stato progettato per essere altamente leggibile anche su schermo.



PROMETEO



PROMETEO



PROMETEO

Deux rives qui s'unissent
pour la défense des arboricultures
méditerranéennes

Il logo del progetto verrà utilizzato su tutte le comunicazioni del progetto, sulla carta intestata, sull'intestazione del fax, su tutti i supporti e articoli promozionali, su tutte le comunicazioni digitali, sul sito internet del progetto e dei vari partner, su tutti i *social media* e pagine *social* e su tutte le pubblicazioni del progetto (documenti, presentazioni, *newsletter*, ricerche, studi, *report*, ecc.).

In parallelo alla realizzazione del logo del progetto PROMETEO verranno realizzati anche i seguenti *format* di identità grafica e visiva:

- ✓ *Template Word* per la carta intestata
- ✓ *Layout PowerPoint* per le presentazioni
- ✓ *Virtual Background* come sfondo per le riunioni telematiche

Tali *format* di immagine grafica coordinata verranno utilizzati dai partner per tutte le comunicazioni del progetto redatte sulle piattaforme documentali Word (modello di documento .DOC per la comunicazione interna ed esterna) o presentazioni PowerPoint (da utilizzare nelle diapositive .PPT in occasione di conferenze, eventi, seminari, *workshop*, *meeting* internazionali, ecc.), oltre agli sfondi per le riunioni *on-line* tenute in maniera telematica.

SITO WEB

Il *web* rappresenta il principale mezzo attraverso cui diffondere l'identità, l'immagine e l'offerta del territorio, nonché un ottimale strumento di promozione. Il sistema informativo è concepito su tre elementi cardine: interazione, dinamicità e accessibilità.

Il sito *web* dedicato al progetto PROMETEO <https://www.prometeo-italietunisie.eu> rappresenta lo strumento più idoneo ed attuale per impostare una comunicazione



PROMETEO



immediata, duratura e che possa raggiungere più pubblico possibile. Esso rappresenta l'immagine pubblica del progetto e il punto di incontro tra i partner, gli *stakeholder* e i vari gruppi *target*. L'obiettivo specifico è quello di fornire informazioni specifiche e costantemente aggiornate sul progetto.

Il sito sarà aggiornato secondo linee guida che creino coerenza e uniformità tra i contenuti proposti. Tutta l'attività di comunicazione on-line e off-line svolta dai partner utilizzerà il sito *web* così come sul sito di ciascun partner va data adeguata visibilità al sito di PROMETEO e alle attività ed iniziative che si svolgono direttamente sulle sue pagine.

Il *layout* grafico sarà in linea con l'immagine coordinata che caratterizzerà l'intero progetto, con soluzioni visive che privilegeranno la chiarezza, la semplicità, l'accessibilità e la fruibilità di informazioni e contenuti.

Il sito *web* illustrerà gli obiettivi, le azioni, i progressi e i risultati del progetto. Conterrà inoltre alcune sezioni di approfondimento specifiche e includerà tutti i contenuti rilevanti del sito *web* del progetto PROMETEO. Il sito verrà aggiornato regolarmente durante il periodo di svolgimento del progetto e resterà online per almeno 5 anni dopo la fine del progetto.

Il sito internet dedicato al progetto PROMETEO dovrà soddisfare le esigenze di diverse categorie di utenti; da una parte si presenterà infatti come strumento di informazione, aggiornamento e coordinamento del progetto, dall'altra potrà contribuire a far conoscere le possibilità di sviluppo e di coinvolgimento dedicate agli operatori del settore, alle comunità scientifiche e ad altri *stakeholder*.

NEWSLETTER PERIODICA

La *newsletter* rappresenta un canale di comunicazione diretta con i *target group* del progetto. L'obiettivo della *newsletter* consiste nell'informare e diffondere su larga scala i risultati intermedi del Progetto, con l'intento di costruire e mantenere accesi l'interesse e la consapevolezza del pubblico *target*.

Fornisce inoltre aggiornamenti sull'avanzamento lavori, informa su eventi in programma, annuncia e diffonde la pubblicazione di notizie, schede tecniche, documenti e iniziative.

La *newsletter* sarà prodotta a partire dal secondo anno di progetto. Sarà gratuita e disponibile online sul sito e inviato a tutti gli indirizzi e-mail, che costituiranno il *database* della *newsletter* (indirizzi e-mail che verranno forniti da tutti i partner nella fase iniziale).

Si prevede la predisposizione, solo in formato digitale, di almeno 4 *newsletter*, redatte con periodicità trimestrale secondo le linee guida che saranno evidenziate negli schemi



PROMETEO



successivi e caratterizzate anche da specifici approfondimenti tematici.

La pubblicazione sarà digitale solo in francese (per garantire parità di accesso alle opportunità per i potenziali beneficiari, in Sicilia e Tunisia), scaricabile dal sito ufficiale del progetto e via e-mail (solo a coloro che si registrano e autorizzano il partner di progetto a inviare la *newsletter* periodica).

L'utilizzo della *newsletter* elettronica (*e-newsletter*) anziché della tradizionale forma cartacea permetterà di distribuire e diffondere più ampiamente i prodotti divulgativi ideati senza ricorrere al formato cartaceo, contribuendo così all'impegno assunto per la riduzione del *carbon footprint*, e raggiungendo un maggior numero di persone.

SOCIAL MEDIA

Al fine di garantire la massima propagazione al progetto PROMETEO, i suoi contenuti saranno veicolati anche su profili e pagine dei maggiori *social network* quali Facebook, Twitter, Instagram e YouTube, che permettono di utilizzare svariati metodi di comunicazione, foto, testo, video, audio e attività interattive, con un coinvolgimento diretto del pubblico e degli operatori del settore.

Nello specifico:

Facebook è il *social network* più diffuso al mondo per via della sua duttilità e viralità. Facebook permette di condividere immagini, filmati, commenti e *link*, oltre ad avere un pratico sistema di *chat*. Il suo *target* è assai generico. Il pubblico più giovane e i giovanissimi risiedono ormai stabilmente su altri *social*; tuttavia il *target group* di maggiore interesse per il progetto, quello del grande pubblico, è fortemente rappresentato, e questo lo rende un *social* particolarmente adatto alle finalità del progetto. Per aumentare la visibilità della pagina si potrà eventualmente valutare l'opportunità di una campagna di *advertising* con bassa profilazione. Inoltre Facebook, a differenza di Youtube, consente una visualizzazione e condivisione dei contenuti video molto più ampia e numerosa a fronte di un medesimo sforzo sia lavorativo che economico. Nell'eventualità di "dirette" in *streaming*, Facebook consente di raggiungere in tempo reale tutta la rete di contatti, facendo sì che siano molti a potersi connettere, raggiungendo rapidamente alti numeri di *performance*. Il profilo, inoltre, può essere impostato in modalità aperta, accessibile anche da chi non ha un'utenza sul *social*.



PROMETEO



Twitter: La peculiarità di Twitter è quella di consentire un limite massimo di 140 caratteri per i *post* ed è possibile condividere *link*, postare immagini e filmati; ha pertanto il vantaggio dell'immediatezza e della sintesi; non a caso è il canale *social* più adatto a diffondere contenuti informativi *tout court*. Viene spesso utilizzato, pertanto, per condividere contenuti istituzionali, politici e giornalistici. La percezione di affidabilità dei contenuti veicolati attraverso questo canale *social* è elevata, così come è alto il tasso di viralità. Stile e *tone of voice* possono anche essere scientifici.

Instagram: è il *social* delle immagini per eccellenza, che siano grafici, disegni o fotografie. Il suo linguaggio prettamente visivo ne ha decretato il successo anche presso un pubblico di giovani e giovanissimi. Perfetto, pertanto, per promuovere foto, video e "*stories*", dal momento che ha una diffusione elevatissima. Instagram offre numerose opportunità sia di promozione, grazie alla possibilità di utilizzare gli *hashtag* tramite i quali si possono bandire *Call-to-Action*, cioè promozioni di un evento tramite la comunicazione agli utenti di indirizzi ed informazioni esclusive. Per una comunicazione efficace su Instagram è necessario pubblicare brevi contenuti accompagnati da immagini qualitativamente impeccabili.

YouTube: YouTube è la piattaforma *social* di pubblicazione video, è molto semplice da usare, permette di aprire un proprio canale al quale il pubblico si può iscrivere ed inviare i propri commenti, consente di organizzare i video in *playlist* che contengano video propri oppure caricati da altri. Sarà attivato un canale YouTube dedicato, il cui nome sarà "Prometeo Italie Tunisie", nel quale saranno pubblicati tutti i materiali video e i prodotti audiovisivi relativi al progetto.

L'utilizzo dei *social media* è particolarmente utile per raggiungere i giovani e includerli nella creazione di una rete più integrata e partecipata, consentendo di sviluppare una gestione adattiva, capace di integrarsi al meglio con complessi territoriali, economici e scenari sociali in continua evoluzione.

Per le finalità del progetto PROMETEO sono stati aperti i seguenti canali:

- Facebook: <https://www.facebook.com/Prometeo.ItalieTunisie>
- Instagram: https://www.instagram.com/prometeo_italietunisie/
- Twitter: https://twitter.com/prometeo_ItaTun
- YouTube: Prometeo Italie Tunisie
<https://www.youtube.com/channel/UCs74JDgIbi2OeDIOUiLdvZw>



PROMETEO



MATERIALE PROMOZIONALE E INFORMATIVO

Il materiale promozionale incluso nel progetto mira a fornire una presentazione chiara, sintetica e facilmente comprensibile del progetto, ma soprattutto a rafforzare la conoscenza del progetto PROMETEO.

Inoltre, il materiale promozionale mira a facilitare e trasmettere i risultati ottenuti attraverso il progetto a una comunità più ampia.

Lo sforzo fatto fino dall'inizio delle attività è stato quello di uniformare la grafica, lo stile e i contenuti e individuare le linee guida per la produzione di tutti i prodotti a stampa, per fare in modo che tutti i diversi prodotti, dalla più semplice comunicazione scritta alle varie presentazioni predisposte nei diversi momenti dell'attività progettuale, possano avere un'impronta visiva unica e costante a marchio PROMETEO.

Tali strumenti hanno il compito di veicolare informazioni sia per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione istituzionale sia per ogni altra azione di visibilità del Progetto ed in particolare durante l'organizzazione degli eventi previsti nell'ambito della comunicazione di progetto.

La strategia di comunicazione prevede la preparazione e distribuzione del seguente materiale promozionale:

- ✓ *Brochure* di progetto
- ✓ Pannelli informativi, targhe identificative e insegne promozionali
- ✓ *Roll-up*
- ✓ Pubblicazioni su riviste specializzate
- ✓ *Gadget* e materiali promozionali

- **Brochure di progetto:** La *brochure* ha l'obiettivo di fornire una presentazione del progetto in maniera chiara, sintetica e facilmente comprensibile; verrà prodotta in formato digitale, con la possibilità di procedere alla stampa di alcune copie cartacee se necessario. Presenterà una parte introduttiva che conterrà il titolo e il logo del progetto, il logo di tutti i partner, una o più foto significative del progetto, i loghi istituzionali del programma e conterrà informazioni relative al contesto europeo che ha permesso la realizzazione del progetto, una descrizione del progetto e delle azioni previste, una sezione discorsiva sulla portata finanziaria del progetto e sul ruolo dei partner e dei Co-finanziatori e un box con tutti i contatti utili (sito *web*, *e-mail*, telefoni...) ai fini della comunicazione del progetto.



PROMETEO



- **Pannelli informativi:** L'azione consiste nella realizzazione di poster, pannelli e targhe da affiggere durante gli eventi pubblici e negli uffici dei partner con lo scopo di presentare e dare visibilità al progetto. I pannelli, sotto forma di poster e targhe, saranno posizionati negli uffici dei partner di progetto e in siti strategici in occasione della realizzazione degli eventi e verranno poste in luoghi ben visibili all'ingresso delle aziende partner e in ogni *location*, aula, laboratorio, sala riunione, utilizzate per le attività del progetto. Oltre a descrivere in maniera sintetica e comunicativa il progetto, i pannelli forniranno informazioni in merito alle azioni e agli obiettivi del progetto, le problematiche che intende affrontare, oltre a contenere indicazioni sul partenariato e i co-finanziatori.
- **Roll-up:** Si tratta di un espositore avvolgibile per garantire visibilità al progetto e ottimizzare le azioni di comunicazione. Nel corso dell'attività di comunicazione del progetto PROMETEO verranno realizzati complessivamente 4 *roll-up*, di cui due in lingua italiana e due in lingua francese, da utilizzare in occasione degli eventi pubblici locali e internazionali dedicati al progetto. I *roll-up* verranno realizzati in momenti differenti, con i primi due (uno in italiano e uno in francese) previsti nella fase iniziale dell'attività che illustreranno al grande pubblico il partenariato e gli obiettivi del progetto, mentre gli altri due verranno realizzati nella parte finale del progetto e riporteranno un contenuto più scientifico destinato ad un pubblico più specializzato, con la sintesi dei principali risultati raggiunti nel corso del progetto.
- **Pubblicazione su riviste specializzate:** per favorire la disseminazione e la diffusione dei risultati di progetto si prevede la pubblicazione dei principali risultati raggiunti da PROMETEO in alcune riviste scientifiche specializzate nel settore, sia il settore agrario che quello chimico, tra cui sicuramente le riviste delle case editrici: Wiley, Springer, Elsevier, MDPI. Tali pubblicazioni avverranno nel corso della fase finale del progetto, una volta che saranno stati consolidati i metodi scientifici di ricerca e raggiunti i principali obiettivi oggetto dell'iniziativa.
- **Gadget e materiali promozionali:** durante l'attività del progetto, e soprattutto in occasione di eventi aperti al pubblico, si prevede la distribuzione di materiali promozionali e *gadget* quali penne, cappellini, magliette, *t-shirt*, *USB pen drive* e cartelle recanti il logo identificativo del progetto PROMETEO, con l'obiettivo di rafforzare il brand PROMETEO e farlo divenire un compagno durante le normali attività lavorative e non. Il tutto avverrà ovviamente nei limiti di spesa consentiti dal budget della comunicazione del progetto, che ha subito notevoli riduzioni e tagli rispetto alla stesura iniziale e comporterà una conseguente limitazione anche dei materiali promozionali originariamente previsti.



PROMETEO



EVENTI

La comunicazione di un evento è un mezzo strategico per aumentare la consapevolezza e la visibilità. Uno degli obiettivi della comunicazione di un evento è quello di fidelizzare, rassicurare e informare gli *stakeholder* del progetto. È una buona opportunità per ampliare la rete di potenziali partner.

Questa attività rappresenta anche uno strumento di comunicazione per la raccolta sistematica e approfondita di *feedback* sui messaggi lanciati in precedenza.

La strategia di comunicazione del progetto PROMETEO prevede l'organizzazione di alcuni eventi, destinati ad un confronto aperto con un partenariato più ampio per la conoscenza del progetto e dei suoi obiettivi.

Obiettivo dell'azione proposta è quello di sensibilizzare e informare i cittadini residenti, i turisti, le istituzioni e tutti gli *stakeholder* dei territori interessati sugli obiettivi del progetto, i suoi progressi e risultati, sulla rilevanza delle risorse agricole e ambientali presenti e sull'importanza della loro tutela e protezione, sulla possibilità di uno sviluppo sociale e territoriale eco-sostenibile e sulla necessità di una sinergia tra pubblico e privato.

Gli eventi si svolgeranno presso la sede istituzionale messa a disposizione partner Comune di Palazzolo Acreide, ad eccezione del convegno finale che si svolgerà in Tunisia; agli eventi verranno invitati tutti i soggetti coinvolti a vario titolo nell'attuazione del progetto oltre coloro che, in qualità di *stakeholder*, beneficeranno delle azioni e dei risultati del progetto. Si prevede la presenza di almeno 40-50 partecipanti a evento.

Le parti interessate saranno contattate tramite inviti, e-mail, telefono e contatto personale. Gli eventi saranno promossi attraverso i partner, il sito *web*, i *social network*, la *newsletter*, la stampa e i *media* locali e regionali.

Per l'occasione saranno realizzati specifici supporti informativi (cartelle, brochure, inviti e locandine digitali), guide o specifiche pubblicazioni divulgative.

Gli eventi previsti sono i seguenti:

- **Kick-off meeting:** è il meeting iniziale durante il quale verranno descritti gli obiettivi del Progetto e si inizia a diffondere la conoscenza del progetto Prometeo, alla presenza dei partner, delle autorità di gestione del progetto, della stampa e degli operatori del settore.
- **Incontri tematici:** è prevista la realizzazione di n. 4 incontri tematici, riservati agli operatori e alla comunità scientifica, miranti ad affrontare le tematiche chiave del



PROMETEO



Regione Siciliana

progetto e le metodologie da utilizzare per il raggiungimento degli obiettivi scientifici, oltre alla condivisione dei progressi e dei risultati del Progetto. In linea di massima le tematiche prescelte dovrebbero riguardare gli argomenti relativi alla patologia vegetale, alla biologia molecolare, alla scienza dei materiali, all'entomologia agricola e all'economia transfrontaliera, con focus sulle tematiche dell'economia e politica dell'UE e della cooperazione internazionale.

- **Meeting finale:** a conclusione del Progetto si prevede la realizzazione di un meeting conclusivo dove verranno presentati i risultati raggiunti dal progetto.

PROMOZIONE SUI MEDIA E SULLA STAMPA LOCALE E REGIONALE

Nell'ambito della strategia di comunicazione del progetto PROMETEO è previsto un piano di uscite sui media nazionali, locali, sulla stampa specializzata e sulla stampa *web*, che consiglia l'identificazione e il coinvolgimento di un *media partner*, meglio se locale che possa avere anteprime dei contenuti e seguire passo per passo il racconto del progetto. Le uscite andranno pianificate accuratamente e suddivise seguendo la disponibilità di risultati rilevanti del progetto (disponibilità di dati relativi a *survey*, definizione delle metodologie di ricerca e delle buone prassi, training e momenti di approfondimento con gli *stakeholder*).

Le uscite andranno pianificate accuratamente e suddivise sulla base di aggiornamenti rilevanti relativi alle attività progettuali.

La stampa specializzata e locale (tradizionali e online) sarà invitata a tutte le iniziative di divulgazione e dimostrazione del progetto, al fine di ottenere la massima presenza e visibilità sui canali di informazione. Obiettivo specifico è, infatti, diffondere a livello locale informazioni sul progetto per aumentare la partecipazione, e quindi il consenso, del grande pubblico e dei soggetti coinvolti.

L'attività di divulgazione e promozione attraverso i *media* radiotelevisivi e le testate giornalistiche locali ha l'obiettivo di:

- ✓ Divulgare gli obiettivi e le attività del progetto
- ✓ Contribuire al coinvolgimento degli *stakeholder* locali coinvolti nel progetto nelle attività territoriali
- ✓ Sensibilizzare la popolazione locale sui temi del progetto

L'attività prevede la creazione e la distribuzione di materiale ai media locali e regionali con l'obiettivo di "raccontare" al grande pubblico gli eventi che verranno organizzati o le "pietre miliari" del progetto, che rappresentano importanti traguardi raggiunti e dei quali, pertanto,



PROMETEO



verrà data ampia visibilità.

I comunicati forniranno informazioni precise circa il progetto, i risultati raggiunti e le ripercussioni sul territorio.

Maggiori indicazioni sul contenuto e sul formato dei comunicati stampa sono disponibili nel documento Regolamento di Comunicazione del progetto Prometeo, che costituisce una parte integrativa al presente Piano di Comunicazione.

REALIZZAZIONE DI UN VIDEO DI DIVULGAZIONE DEL PROGETTO PROMETEO

Nella parte conclusiva del progetto si prevede la realizzazione di un video divulgativo, un filmato della durata di 5-10 minuti che riassume le fasi principali del progetto e i principali risultati ottenuti, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e l'efficacia del progetto e condividere le *best practice* e le metodologie di ricerca sviluppate durante il progetto con gli attori socio-economici e accademici della regione mediterranea.

Il filmato perseguirà l'obiettivo di sintetizzare i due anni di lavoro, dalla progettazione alla realizzazione delle attività di PROMETEO in ogni loro passaggio e di fornire al pubblico e un resoconto di immediata fruibilità di quanto posto in essere durante la realizzazione del progetto.

Il video rappresenta anche una valida occasione per assicurare la visibilità dei partner del progetto e per proporre una sintesi degli incontri, eventi e seminari di progetto organizzati tra i partner con i gruppi *target* e gli altri *stakeholder* coinvolti nelle attività di progetto.

6.2. Attuazione delle attività di comunicazione interna

La comunicazione interna comprende la diffusione di tutte le informazioni tra i partner coinvolti nell'attuazione del progetto attraverso altre attività di comunicazione al fine di comunicare in modo uniforme ed omogeneo. La creazione di un flusso di lavoro condiviso nonché di momenti di dialogo e luoghi per la comunicazione interna è uno degli elementi del Piano di Comunicazione. Tale esigenza si rende ancora più evidente se si pensa alla diversità del core business dei partner, e quindi delle sensibilità, degli ambiti di azione e dello scenario operativo su cui i partner esercitano ogni giorno le specifiche attività. Questo crea da un lato un flusso di informazioni notevolissimo e, d'altra parte, sono diverse le esigenze di comunicazione in base a gruppi specifici ai quali i partner si devono rivolgere.

La prima sfida da vincere in questo senso è quella di mantenere un livello di efficacia e tempestività nel coordinamento della comunicazione ed essere costantemente in linea con quanto necessario in termini di requisiti minimi di coerenza con la comunicazione del Programma e con i requisiti espressamente pensati per l'implementazione delle azioni di progetto; tale aspetto comporta un dialogo costante tra il coordinatore della comunicazione e i vari partner nonché la possibilità di uno scambio rapido di informazioni all'interno del partenariato.

Per favorire le attività di comunicazione interna la strategia del progetto PROMETEO prevede l'utilizzo dei seguenti strumenti:

Incontri di follow-up delle attività: si propone l'organizzazione di una call di progetto a cadenza bimestrale dove i partner potranno, sulla base di un'agenda condivisa, gestire le attività sia in termini di *project management*, sia in termini di organizzazione e realizzazione di eventi, attività e prodotti. La cadenza bimestrale potrà ovviamente essere variata in funzione di esigenze specifiche, così come potranno essere organizzate specifiche *call* a gruppi ristretti in occasione di attività che siano rivolte a gruppi specifici di interlocutori, rispetto ai quali i partecipanti hanno competenze/conoscenze particolarmente approfondite.

È preferibile mantenere la stessa frequenza e regolarità degli incontri al fine di garantire una migliore condivisione delle azioni intraprese nel progetto e, in particolare, delle azioni di comunicazione esterna.



PROMETEO



Gruppi privati sui social network (comunità o discussione): Per le decisioni ancora più rapide, le decisioni su appuntamenti e incontri può essere opportuna la creazione di un gruppo Whatsapp per comunicare rapidamente, informalmente e efficacemente. La creazione di uno spazio di scambio si rivela molto utile per condividere rapidamente contenuti informativi ai partner ma anche per condividere e confrontare dati professionali e risultati delle *survey*.

Sito web: il sito *web* di progetto www.prometeo-italietunisie.eu avrà una sezione ad accesso riservato che potrà permettere ai partner di aggiornare la sezione dedicata alle *news* e eventi, segnalando quelli coerenti con le tematiche progettuali e inserire documenti e *deliverable*.

Strumenti collaborativi: questi strumenti stanno guadagnando popolarità ogni giorno; consentono un lavoro di squadra più efficiente e facilitano il monitoraggio dell'esecuzione delle attività assegnate ai partner, ad esempio possiamo citare TRELLO o EVERNOTE

Utilizzo di strumenti multilingue: dato l'uso di più di una lingua tra i partner del progetto PROMETEO, uno strumento multilingue consente di adattare e tradurre tutti i contenuti e i documenti in diverse lingue in modo che i partner si sentano maggiormente coinvolti nell'attuazione delle attività del progetto.

6.3. Schede di attuazione degli strumenti di comunicazione

LOGO E IDENTITÀ GRAFICA E VISIVA	
Descrizione e obiettivi	<p>Dare un significato specifico al progetto PROMETEO attraverso un logo rappresentativo del tema.</p> <p>Assicurare la visibilità del progetto PROMETEO.</p> <p>Il logo rappresenta l'identità stessa del progetto, ovvero l'immagine che lo rappresenta. Deve quindi essere compreso da tutti e facilmente memorizzato, ma deve anche tradurre i valori, fornire informazioni sulle attività, deve quindi differenziare il progetto da altri progetti dello stesso tema.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>Progettazione e creazione del logo Prometeo.</p> <p>Declinazione sui diversi supporti cartacei e digitali.</p> <p>Stilizzazione degli elementi simbolici del progetto che poi, attraverso i colori, riprendono gli elementi caratterizzanti degli agrumi (arancione) mandorli (marrone) e ulivi (verde) e, attraverso lo sfondo di congiunzione, rendono evidente la cooperazione internazionale tra l'Italia e la Tunisia.</p>
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Partner di progetto e <i>stakeholder</i>.</p>
Periodicità	Ad inizio progetto
Partner Responsabile	CERID, con bando/avviso pubblico per l'ideazione grafica e la realizzazione del logo e dei <i>template</i> di comunicazione (Word, PowerPoint, <i>Virtual Background</i>)
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione del logo di progetto nel pieno rispetto delle linee guida di comunicazione e visibilità del Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia! 2014-2020. Inserimento del logo in tutte le comunicazioni e documenti di progetto e dei partner.



PROMETEO



SITO WEB PROMETEO

Descrizione e obiettivi	<p>Creazione di un sito di riferimento per promuovere il progetto PROMETEO.</p> <p>Fornire accesso alle informazioni rafforzando la "visibilità" del progetto e il ruolo delle strutture partner nel progetto.</p> <p>Per rafforzare la relazione tra i partner del progetto e gli obiettivi predefiniti, e per incoraggiare la collaborazione intorno ad attività innovative che creano valore nel campo d'azione;</p> <p>Armonizzare le informazioni diffuse sui siti <i>web</i> dei partner e sui <i>database</i>.</p> <p>Il sito <i>web</i> https://www.prometeo-italietunisie.eu è stato pensato per essere non solo il contenitore di tutte le informazioni, comunicazioni e materiali relativi al progetto, ma anche per fungere da strumento di gestione dello stesso e garantire una più ampia disseminazione delle attività correlate tra ricercatori, cittadini, esperti, politici, autorità e quanti possono essere potenzialmente interessati.</p> <p>Il sito rappresenta il biglietto da visita del progetto, rivolto a molteplici e diversi destinatari: dagli attori direttamente coinvolti nell'iniziativa, alle imprese agricole, fino alle istituzioni. Per questo motivo i suoi contenuti devono saper comunicare in modo efficace a diversi livelli e risultare quindi attraenti per un'ampia fascia di utenti. In tal senso, il sito deve essere visto come uno strumento per fare <i>networking</i> attorno al progetto, in prima istanza tra i partner che lo possono utilizzare per la condivisione sia delle attività svolte sia dei progressi fatti e dei risultati ottenuti.</p> <p>Il link al progetto deve essere presente in tutti i <i>report</i> di comunicazione; in questo senso è fondamentale che il sito venga puntualmente aggiornato via via che si procede con lo sviluppo del progetto.</p> <p>Relativamente alla parte testuale, è importante fornire notizie e informazioni che i destinatari del sito trovino interessanti ed è necessario farlo nel modo adeguato, usando linguaggio e formati attraenti e che stimolino la curiosità dei lettori. Per questo motivo è essenziale che il messaggio che si desidera trasmettere sia chiaro, semplice e accurato. Un testo troppo lungo o presentato male sulla pagina elettronica sarà con tutta probabilità ignorato dal lettore. Allo stesso modo, testi troppo tecnici e complessi non verranno compresi e non attirerebbero l'interesse del lettore sul contenuto.</p> <p>Il sito <i>web</i> deve disporre di una banca dati/ archivio comune per la distribuzione di materiale promozionale e scientifico, disponibile in formato PDF (e altro) per tutta la durata del progetto e per la diffusione dei risultati.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>CMS: Realizzazione del sito con l'utilizzo del CMS Wordpress nella sua ultima versione disponibile.</p> <p>COMPATIBILITÀ <i>BROWSER</i>: Compatibilità del sito <i>web</i> con i <i>browser</i> più utilizzati dalla rete, con caratteristiche responsive con il contenuto adattabile dinamicamente alla dimensione dello schermo coprendo almeno 4 differenti</p>



PROMETEO



	<p>risoluzioni.</p> <p>INTEGRAZIONE <i>SOCIAL NETWORK</i> / <i>SOCIAL STREAM</i>: Realizzazione del sito con l'integrazione dei principali <i>social network</i> dell'azienda e inserendo il <i>plug-in "social stream"</i> per la visualizzazione degli <i>update social</i> in <i>home page</i>.</p> <p>CREAZIONE E GESTIONE DEI CONTENUTI: I contenuti dovranno essere gestibili per mezzo di un <i>back-end</i> che permette in maniera semplice ed intuitiva l'effettuazione di operazioni di caricamento/cancellazione/modifica.</p> <p>SVILUPPO TECNICO</p> <ul style="list-style-type: none">✓ Installazione e configurazione CMS✓ Grafica personalizzata✓ Mappatura menu con suddivisione sezioni✓ Creazione pagine menu✓ Elaborazione e realizzazione grafica personalizzata✓ Realizzazione interfaccia <i>web</i> in italiano✓ Redazione di testi ottimizzati per il posizionamento✓ Creazione <i>mail</i>✓ Galleria immagini✓ <i>Responsive mobile</i>✓ Sito validato per gli standard internazionali W3C✓ Verifica <i>usability</i>✓ <i>Sitemap XML</i>✓ Collegamento <i>social network</i>✓ Monitoraggio accessi, Google Analytics <p>PLUGIN LINGUA ITALIANA E FRANCESE</p> <p>AGGIORNAMENTO <i>NEWS</i></p>
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Istituzioni e centri di ricerca nell'area della cooperazione transfrontaliera, <i>stakeholder</i>, comunità scientifica locale e internazionale, popolazione dei territori coinvolti nel progetto, media locali, stampa specializzata.</p> <p>A livello nazionale e internazionale: ambiti accademici e socio-economici (studenti, ricercatori, aziende pubbliche e private) legati all'area del progetto.</p>
Periodicità	Aggiornamento <i>news</i> - n. 12 <i>news</i> con periodicità mensile
Partner Responsabile	CERID, con bando/avviso pubblico per la costruzione del sito
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Monitoraggio del numero di accessi✓ Tempo medio di accesso al sito✓ Indicizzazione del sito e degli eventi pubblici sui motori di ricerca✓ Numero di <i>download</i>✓ Google Analytics



PROMETEO



NEWSLETTER PERIODICA	
Descrizione e obiettivi	<p>La <i>newsletter</i> è lo strumento di comunicazione diretta delle informazioni verso enti, organizzazioni e <i>target group</i> in fasi specifiche del progetto.</p> <p>PROMETEO ha operato la scelta di confezionare <i>newsletter</i> elettroniche per limitare l'utilizzazione di materiale a stampa e per la maggior semplicità di gestione. Eventualmente in occasione di specifici eventi o di informazioni/notizie di particolare rilevanza può essere presa in considerazione l'opzione di prepararne un numero limitato in edizione cartacea e spedirla a un gruppo qualificato e selezionato di destinatari.</p> <p>Seguendo l'idea dell'immagine coordinata sarà opportuno creare <i>template</i> da utilizzare sia per la parte grafica che per la struttura in cui organizzare i contenuti.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<ul style="list-style-type: none">- Pubblicazione in base a momenti topici del progetto o alla necessità di veicolare contenuti specifici.- Formato semplice.- Presentazione attraente.- Semplicità di lettura.- Redazione e grafica appropriate e in linea con le specifiche d'immagine coordinata.- Numerazione e data.- Lunghezza limitata a 1 - 2 pagine. <p>La proposta per i contenuti potrebbe essere:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ <u>Apertura/Topic</u>: Scheda di approfondimento su un aspetto del progetto (con <i>link</i> alla pagina del sito in cui i contenuti sono reperibili per approfondimenti).✓ <u>Editoriale</u>: La voce dei partner o di un esperto in relazione al <i>topic</i> di apertura (con <i>link</i> alla pagina del sito in cui sono reperibili i materiali).✓ <u>Agenda</u>: Calendario del prossimo evento (con <i>link</i> alla pagina del sito in cui l'evento è messo in evidenza).✓ <u>Best Practice</u> (se pertinente con il <i>topic</i>): in poche righe, un esempio di comportamento virtuoso nell'ambito delle attività e delle iniziative del progetto (mantenere questa sezione sempre nella medesima posizione nella struttura grafica della <i>newsletter</i>).✓ <u>Contatti</u>: posizionati in luogo visibile nel <i>footer</i>.✓ <u>Unsubscribe</u>: <i>Link</i> per disiscrivere dalla <i>newsletter</i>.
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione esterna.</p> <p>È destinata a potenziali beneficiari, istituzioni pubbliche e qualsiasi attore istituzionale non interessato al Progetto e operante nei territori ammissibili</p>



PROMETEO



Periodicità	Trimestrale, a partire dal secondo anno di attività del progetto
Partner Responsabile	CERID, con il contributo di ANPR, dei partner di progetto e delle unità di coordinamento che compongono il <i>team</i> di comunicazione.
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di <i>newsletter</i> inviate e incremento del numero dei destinatari✓ Raccolta delle <i>newsletter</i>✓ Numero di <i>newsletter</i> redatte✓ Avviso di lettura✓ <i>Mailing list</i>✓ Numero di utenti registrati alla <i>newsletter</i>✓ Numero di <i>click</i> sui <i>link</i> presenti nella <i>newsletter</i>



PROMETEO



SOCIAL MEDIA

<p>Descrizione e obiettivi</p>	<p>I <i>social media</i> sono lo strumento di punta per l'interazione <i>on-line</i>, pertanto è prevista la creazione nello specifico di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Account Twitter https://twitter.com/prometeo_ItaTun, - Pagina Facebook https://www.facebook.com/Prometeo.ItalieTunisie, - Account Instagram https://www.instagram.com/prometeo_italietunisie/ - Canale YouTube: Prometeo Italie Tunisie https://www.youtube.com/channel/UCs74JDgIbi2OeDIOUiLdvZw <p>L'utilizzo dei <i>social media</i> è utile e vantaggioso in termini di visibilità dell'iniziativa che si vuole promuovere e divulgare su tali canali, ma come per tutte le iniziative online anche in questo caso è necessario che la comunicazione sia attuata in modo appropriato, ovvero secondo le regole d'uso e di <i>netiquette</i> dei <i>media</i> in questione. Da evitare l'attivazione senza un presidio costante, col rischio di allontanare il pubblico, anche in considerazione del notevole "rumore di fondo" che attualmente si registra in rete rispetto a questo tipo di strumenti.</p> <p>Il processo avrà inizio sfruttando le pagine istituzionali dei partner di progetto e successivamente alla pubblicazione del sito si andrà a regime con gli <i>account</i> di progetto.</p> <p>Le pagine <i>social</i> saranno utilizzate per riversarvi estratti dei contenuti del sito e contenuti specifici creati appositamente: l'intento è di coinvolgere i follower, per far crescere la consapevolezza sugli aspetti legati alle tematiche del progetto PROMETEO.</p> <p>In linea generale, una <i>news</i>/evento/<i>gallery</i> di immagini pubblicata sul sito si trasformerà in:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Tweet</i> con breve lancio e <i>link</i> alla <i>news</i> sul sito - Post su Facebook con breve testo riassuntivo e <i>link</i> alla <i>news</i> sul sito - Pubblicazione di foto e storie su Instagram - Pubblicazione di video su YouTube <p>Particolare attenzione dovrà essere posta nella gestione della <i>community</i>, il moderatore dovrà quindi seguire le conversazioni che si accenderanno in rete e intervenire per dare spiegazioni o fornire informazioni, per rispondere a quesiti o semplicemente per stimolare il dialogo sulle tematiche di PROMETEO.</p>
<p>Contenuti e modalità di realizzazione</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gestione <i>account social</i> ✓ <i>Timing</i>: 1 <i>update</i> mensile x la durata del progetto ✓ Realizzazione piano editoriale ✓ Monitoraggio reputazione 2.0



PROMETEO



	<ul style="list-style-type: none">✓ <i>Web copywriting</i>: ideazione e gestione dei contenuti secondo la linea di comunicazione coordinata✓ Inserimento testi, video, schede tecniche✓ Moderazione: segnalazione msg e commenti utenti✓ <i>Crossing</i> con i canali dell'agenzia di comunicazione✓ ADS (sponsorizzate) con profilazione <i>target</i>
Destinatari <i>target</i>	Tutti i destinatari della comunicazione esterna.
Periodicità	1 <i>update</i> mensile sui 3 canali <i>social</i> .
Partner Responsabile	CERID, con bando/avviso pubblico per l'apertura dei canali e per la gestione periodica. Contributo di ANPR e dei partner di progetto e delle unità di coordinamento che compongono il <i>team</i> di comunicazione per il popolamento dei contenuti e l'aggiornamento periodico.
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Monitoraggio del numero di <i>follower</i> e in generale degli <i>insight</i> della pagina Facebook✓ Numero di amici Facebook✓ Numero di <i>post</i>✓ Numero di <i>like</i>✓ Numero di persone raggiunte dai post (<i>reach</i>)✓ Numero di condivisioni, commenti e reazioni (<i>engagement</i>)✓ Numero di <i>click</i> ai <i>post</i>✓ Monitoraggio dei <i>follower</i> dell'<i>account</i> Twitter✓ Numero di <i>follower</i> su Twitter✓ Monitoraggio dell'<i>account</i> Instagram e dei commenti e delle condivisioni dei contenuti✓ Monitoraggio dei commenti e delle condivisioni del canale Youtube



PROMETEO



MATERIALE PROMOZIONALE E INFORMATIVO

Descrizione e obiettivi	<p>Il materiale promozionale incluso nel progetto mira a fornire una presentazione chiara, sintetica e facilmente comprensibile del progetto, ma soprattutto a rafforzare la conoscenza del progetto PROMETEO.</p> <p>I materiali promozionali e informativi hanno il compito di veicolare informazioni sia per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione istituzionale sia per ogni altra azione di visibilità del Progetto ed in particolare durante l'organizzazione degli eventi previsti nell'ambito della comunicazione di progetto.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>La strategia di comunicazione prevede la preparazione e distribuzione del seguente materiale promozionale:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ <i>Brochure</i> di progetto✓ Pannelli informativi, targhe identificative e insegne promozionali✓ <i>Roll-up</i>✓ Pubblicazioni su riviste specializzate✓ <i>Gadget</i> e materiali promozionali
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Partner del progetto, utenti coinvolti nella formazione, autorità locali, popolazione e <i>stakeholder</i> locali.</p>
Periodicità	<p>In funzione della realizzazione degli eventi e dei limiti di budget.</p>
Partner Responsabile	<p>CERID e ANPR, con bando/avviso pubblico per la realizzazione e distribuzione dei materiali promozionali</p>
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di brochure realizzate✓ Numero di pannelli informativi realizzati✓ Numero di <i>roll-up</i>✓ Numero di <i>gadget</i> e materiali promozionali distribuiti



PROMETEO



EVENTI

Descrizione e obiettivi	<p>La strategia di comunicazione del progetto PROMETEO prevede l'organizzazione di alcuni eventi, destinati ad un confronto aperto con un partenariato più ampio per la conoscenza del progetto e dei suoi obiettivi.</p> <p>L'obiettivo è quello di sensibilizzare e informare i cittadini residenti, i turisti, le istituzioni e tutti gli <i>stakeholder</i> dei territori interessati sugli obiettivi del progetto, i suoi progressi e risultati, sulla rilevanza delle risorse agricole e ambientali presenti e sull'importanza della loro tutela e protezione, sulla possibilità di uno sviluppo sociale e territoriale eco-sostenibile e sulla necessità di una sinergia tra pubblico e privato.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>Gli eventi si svolgeranno presso la sede istituzionale messa a disposizione partner Comune di Palazzolo Acreide, ad eccezione del convegno finale di chiusura del progetto che si svolgerà in Tunisia; agli eventi verranno invitati tutti i soggetti coinvolti a vario titolo nell'attuazione del progetto oltre coloro che, in qualità di <i>stakeholder</i>, beneficeranno delle azioni e dei risultati del progetto. Si prevede la presenza di almeno 40-50 partecipanti a evento.</p> <p>Si prevede la realizzazione dei seguenti 6 eventi:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ N. 1 <i>Kick-Off meeting</i>✓ N. 4 incontri tematici✓ N. 1 <i>Meeting</i> di chiusura del progetto
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Partner del progetto, comunità scientifica, utenti coinvolti nella formazione, autorità locali, popolazione e <i>stakeholder</i> locali.</p>
Periodicità	<p>N. 6 eventi con cadenza mensile o trimestrale da realizzare in funzione degli stati di avanzamento del progetto.</p> <p>Il calendario degli eventi da realizzare e le relative tematiche saranno proposti dal Comitato Tecnico e approvati dal partenariato di progetto.</p>
Partner Responsabile	<p>CERID, ANPR e Università di Catania e Università di Tunisi, con la collaborazione di tutti i partner di progetto e delle unità di coordinamento che compongono il team di comunicazione.</p>
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di eventi realizzati✓ Numero dei verbali✓ Numero di partecipanti (foglio firme)✓ Questionario valutazione/soddisfazione



PROMETEO



PROMOZIONE SUI *MEDIA* E SULLA STAMPA LOCALE E REGIONALE

Descrizione e obiettivi	<p>La strategia di comunicazione del progetto PROMETEO prevede un piano di uscite sui <i>media</i> nazionali, locali, sulla stampa specializzata e sulla stampa <i>web</i>.</p> <p>L'attività di divulgazione e promozione attraverso i <i>media</i> radiotelevisivi e le testate giornalistiche locali ha l'obiettivo di:</p> <ul style="list-style-type: none">- Divulgare gli obiettivi e le attività del progetto;- Contribuire al coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> locali coinvolti nel progetto nelle attività territoriali- Sensibilizzare la popolazione locale sui temi del progetto
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>L'attività verrà svolta attraverso la preparazione di comunicati stampa, cartelle stampa, rassegna stampa, inserti per la stampa, <i>reportage</i> pubblicitari e interviste radiofoniche e/o televisive.</p> <p>Elenco di massima delle testate giornalistiche, della stampa specializzata e dei media da utilizzare:</p> <p>Stampa italiana</p> <ul style="list-style-type: none">• Bollettino d'Ateneo Università di Catania• Vivere Catania• Agrifood• Terra• Italia Fruit News• Zammù Multimedia• Radio Zammù• Georgofili• Live Catania• La Sicilia• La Sicilia web• Catania News• Gazzetta del Sud• Giornale di Sicilia• Repubblica Palermo• Quotidiano di Sicilia• Video Mediterraneo• Video Regione• Blog Sicilia• Rai Sicilia• Siracusa Oggi• Siracusa News• Teleuno Tris• Sicilia Report• WITv• La Voce dell'Isola



PROMETEO



Stampa tunisina

TV:

- Nessma TV
- Watanya 1 et 2
- Hannibal TV
- El Hiwar El Tounsi
- Tunisie Télévision
- Al Janoubiya TV
- Tunisna TV
- Tunisia News Network
- Zitouna TV
- Telvza TV
- M Tunisia
- Attesia TV

Radio:

- Radio Tunisienne
- Radio Tunis Chaine Internationale
- Radio Jeunes
- Shems Fm
- Mosaïque Fm
- Expresse Fm
- Jawhra FM
- IFM

Carta stampata:

- La Presse
- Le Temps
- Le Quotidien
- L'Expert
- Le Maghreb
- Alchourouk + Dar El Anwar
- Tunis-Hebdo
- Tunivision





PROMETEO



	<p>Media elettronici:</p> <ul style="list-style-type: none">• L'Économiste Maghrébin• Kapitalis• Businessnews• Webmanagercenter• Leaders• Tunisia IT• Espacemanager• Africanmanager• Plumes économique• Investir en Tunisie• Babnet• Arabesque• Binaa news• Avant première• Africagatenews• Réalités en ligne
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Partner di progetto, enti locali e centri di ricerca nell'area della cooperazione transfrontaliera, <i>stakeholder</i> locali, popolazione dei territori coinvolti nel progetto.</p>
Periodicità	<p>In funzione degli stati di avanzamento del progetto e del budget di comunicazione</p>
Partner Responsabile	<p>CERID, ANPR e Università di Catania e Università di Tunisi.</p> <p>Per i contenuti, tutti i partner del progetto e più in particolare le unità di coordinamento che compongono il team di comunicazione.</p>
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di comunicati stampa redatti e pubblicati.✓ Valutazione quantitativa e qualitativa della copertura stampa.✓ Numero e qualità degli articoli pubblicati sul progetto.✓ Ricerca su <i>Internet</i> di comunicati stampa che si sono autoreplicati o che sono stati copiati/trasferiti ad altri sistemi.



PROMETEO



VIDEO DIVULGATIVO

Descrizione e obiettivi	<p>Realizzazione di un filmato divulgativo che riassume le fasi principali del progetto e i principali risultati ottenuti, con l'obiettivo di promuovere la conoscenza e l'efficacia del progetto e condividere le <i>best practice</i> e le metodologie di ricerca sviluppate durante il progetto con gli attori socio-economici e accademici della regione mediterranea.</p> <p>Il filmato perseguirà l'obiettivo di sintetizzare i due anni di lavoro, dalla progettazione alla realizzazione delle attività di PROMETEO in ogni loro passaggio e di fornire al pubblico e un resoconto di immediata fruibilità di quanto posto in essere durante la realizzazione del progetto.</p>
Contenuti e modalità di realizzazione	<p>Presentazione delle attività del progetto.</p> <p>Sintesi degli incontri (eventi) organizzati tra i partner e/o degli incontri dei partner con i gruppi <i>target</i>.</p> <p>Testimonianze (storie di successo).</p> <p>Il video sarà realizzato da un professionista appositamente incaricato.</p>
Destinatari <i>target</i>	<p>Tutti i destinatari della comunicazione interna ed esterna.</p> <p>Partner del progetto, comunità scientifica, utenti coinvolti nella formazione, autorità locali, popolazione e <i>stakeholder</i> locali.</p>
Periodicità	<p>N. 1 video nella parte finale delle attività di progetto.</p>
Partner Responsabile	<p>CERID, ANPR, Università di Catania e Università di Tunisi, con la collaborazione di tutti i partner di progetto e delle unità di coordinamento che compongono il <i>team</i> di comunicazione.</p>
Indicatori di efficacia	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di download del filmato dal sito <i>web</i>✓ Numero di visualizzazioni del filmato✓ Numero di copie del filmato distribuite



PROMETEO



7. Indicatori di performance

“Ciò che può essere misurato, può essere migliorato” - Peter Ferdinand Drucker

La misurazione dei risultati è la fase conclusiva della pianificazione della comunicazione. L'assenza di analisi dei risultati vanifica la validità del piano compromettendo, di conseguenza, le successive pianificazioni.

Gli obiettivi che si intendono perseguire con la misurazione dei risultati riguardano principalmente:

- ✓ la verifica della corretta esecuzione del programma di attività previsto, sia in termini qualitativi che quantitativi;
- ✓ la misurazione della percezione della campagna da parte dei pubblici destinatari in termini di notorietà, memorizzazione e comprensione dei messaggi e delle informazioni proposte;
- ✓ la valutazione, sia in modo complessivo che articolato, i risultati dell'intera iniziativa

L'attuazione di questo piano sarà monitorata, valutata e adattata se necessario. Il Gruppo di lavoro sulla comunicazione raccoglierà tutti i *feedback* dei partner, raccoglierà i dati previsti, valuterà la situazione e, se necessario, ripianificherà per superare le sfide e migliorare le rispettive attività nel periodo successivo.

Nell'ambito del progetto PROMETEO si prevede un'azione finalizzata a supportare la valutazione complessiva delle attività di comunicazione; in particolare, l'azione prevista consentirà di valutare la percezione della campagna presso i destinatari in termini di notorietà, memorizzazione e comprensione dei messaggi e delle informazioni proposte. Si prevede un'azione di rilevamento iniziale e una finale che offriranno, così, le “fotografie” dello scenario cui l'azione di comunicazione si è riferita, attraverso la quale sarà possibile valutare l'impatto delle iniziative svolte.

La valutazione delle attività di comunicazione rappresenterà un processo continuo durante tutto il periodo del progetto con i seguenti obiettivi:

1. Consentire al partenariato del progetto di raggiungere gli obiettivi del piano di comunicazione definendo indicatori di performance tangibili e misurabili.
2. Allertare il partenariato per eventuali miglioramenti e aggiornamenti del piano di comunicazione.



PROMETEO



3. Fornire una panoramica delle prestazioni dei partner del progetto e consentire al leader del progetto e al coordinatore della comunicazione di intraprendere azioni correttive, quando necessario.
4. Rappresentare uno strumento utile per riportare i risultati del progetto nelle attività di comunicazione all'Autorità di Gestione.

L'impatto della campagna, e conseguente il raggiungimento degli obiettivi indicati nel piano di comunicazione del progetto PROMETEO, sarà pertanto misurato attraverso uno specifico set di KPI ("Key Performance Indicators" ovvero indicatori chiave di prestazione), che avranno la caratteristica di essere: rilevanti, misurabili, positivi o negativi.

Molti indicatori di valutazione sono già stati indicati nelle singole schede degli strumenti di comunicazione presentati nelle pagine precedenti, e verranno comunque riepilogati nella tabella conclusiva alla fine del presente paragrafo.

Strumento di comunicazione	Indicatori di valutazione	Indicatori di risultato
Logo	<ul style="list-style-type: none">✓ Realizzazione del logo di progetto nel pieno rispetto delle linee guida di comunicazione e visibilità del Programma ENI di Cooperazione Transfrontaliera (CT) "Italia-Tunisia" 2014-2020.✓ Inserimento del logo in tutte le comunicazioni e documenti di progetto e dei <i>partner</i>.	<p>% di realizzazione</p> <p>% di realizzazione</p>
Identità grafica e visiva	<ul style="list-style-type: none">✓ Creazione modello carta intestata Word <i>file .docx</i>✓ Creazione modello <i>template</i> presentazioni PowerPoint <i>file .pptx</i>✓ Creazione <i>Virtual background</i> per riunioni telematiche online✓ Creazione altri modelli di comunicazione (inviti, biglietti da visita, ecc.) in Acrobat Reader <i>file .pdf</i>	Numero di modelli e template creati XXX
Sito Web	<ul style="list-style-type: none">✓ Monitoraggio del numero di accessi✓ Tempo medio di accesso al sito✓ Indicizzazione del sito e degli eventi pubblici sui motori di ricerca✓ Numero di <i>download</i>✓ Google Analytics	Numeri XXX
Newsletter periodica	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di <i>newsletter</i> inviate e incremento del numero dei destinatari✓ Raccolta delle <i>newsletter</i>✓ Numero di <i>newsletter</i> redatte	Numeri XXX



PROMETEO



	<ul style="list-style-type: none">✓ Avviso di lettura✓ <i>Mailing list</i>✓ Numero di utenti registrati alla <i>newsletter</i>✓ Numero di <i>click</i> sui <i>link</i> presenti nella <i>newsletter</i>	
Social Media	<ul style="list-style-type: none">✓ Monitoraggio del numero di <i>follower</i> e in generale degli <i>insight</i> della pagina Facebook✓ Numero di amici Facebook✓ Numero di <i>post</i>✓ Numero di <i>like</i>✓ Numero di persone raggiunte dai <i>post</i> (<i>reach</i>)✓ Numero di condivisioni, commenti e reazioni (<i>engagement</i>)✓ Numero di <i>click</i> ai <i>post</i>✓ Monitoraggio dei <i>follower</i> dell'<i>account</i> Twitter.✓ Numero di <i>follower</i> su Twitter✓ Monitoraggio dell'<i>account</i> Instagram e dei commenti e delle condivisioni dei contenuti✓ Monitoraggio dei commenti e delle condivisioni del canale Youtube	Numeri XXX
Materiale promozionale e informativo	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di <i>brochure</i> realizzate✓ Numero di pannelli informativi realizzati✓ Numero di <i>roll-up</i>✓ Numero di <i>gadget</i> e materiali promozionali distribuiti	Numeri XXX
Eventi	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di eventi realizzati✓ Numero dei verbali✓ Numero di partecipanti (foglio firme)✓ Questionario valutazione/soddisfazione	Numeri XXX
Promozione su <i>media</i> e stampa	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di comunicati stampa redatti e pubblicati.✓ Valutazione quantitativa e qualitativa della copertura stampa.✓ Numero e qualità degli articoli pubblicati sul progetto.✓ Ricerca su <i>Internet</i> di comunicati stampa che si sono autoreplicati o che sono stati copiati/trasferiti ad altri sistemi.	Numeri XXX
Video divulgativo	<ul style="list-style-type: none">✓ Numero di <i>download</i> del filmato dal sito <i>web</i>✓ Numero di visualizzazioni del filmato✓ Numero di copie del filmato distribuite	Numeri XXX



PROMETEO



8. Calendario previsionale di attuazione delle attività

Le varie attività di comunicazione del progetto PROMETEO sono state distribuite durante tutto l'arco di durata del progetto secondo il cronoprogramma di attività che viene riportato nella seguente tabella.

Projet	PROMETEO	Date début activité		Oct 2021	Durée du projet en mois		Date fin activité		Oct 2023	
		Oct-Déc 2021	Jan-Mar 2022	Avr-Juin 2022	Juil-Sept 2022	Oct-Déc 2022	Jan-Mar 2023	Avr-Juin 2023	Juil-Sept 2023	Octobre 2023
Activité										
Activité de rédaction du Plan de Communication de projet										
Réalisation du logo du projet PROMETEO et l'identité visuelle du projet										
Réalisation du site web internet										
Pages/profils sur les réseaux sociaux										
Animation continue du site web, newsletter et des comptes social-media										
Organisation et gestion des journées de diffusion de l'information et des séminaires de capitalisation										
Media+ Présence Presse + Communiqué de presse										
Réalisation du vidéo de vulgarisation										
Mesure des résultats										



PROMETEO



9. Budget previsionale

Il budget per i servizi di comunicazione GT2 per il progetto Prometeo ammonta ad EUR 81.400,00 da utilizzare per le risorse umane impiegate nelle attività di comunicazione, per la predisposizione del Piano di Comunicazione, per la gestione della comunicazione degli eventi di diffusione, per la realizzazione e gestione del sito *web* di progetto e per l'apertura e gestione dei canali *social* e per la pubblicazione sulle riviste specializzate.

Il partner coordinatore delle attività del GT2 è il CERID, Centro di Ricerca per l'Innovazione e Diffusione della Conoscenza; il partner responsabile delle attività di comunicazione è, invece, il capofila di progetto, ossia l'Università degli Studi di Catania.

Per una buona parte di questi servizi ci si avvarrà di agenzie di comunicazione esterne, sia dal lato italiano che tunisino, specializzate nella gestione delle attività di comunicazione dei progetti transfrontalieri.

Per quanto riguarda il budget complessivo del progetto, si tratta di un importo che è stato significativamente ridotto rispetto al budget presentato nella proposta originaria di progetto e che, pur a fronte di un mantenimento pressoché integrale di tutti gli obiettivi di comunicazione, comporterà un notevole sforzo da parte dei partner di Prometeo per riuscire a raggiungere gli obiettivi previsti in maniera efficace, senza compromettere la qualità delle attività svolte.

A questo budget si aggiungono anche delle parti di budget del GT3 che possono essere utilizzate per l'organizzazione delle riunioni tematiche di progetto e per le attività di diffusione dei risultati delle ricerche condotte nell'ambito del progetto, e che consentirà di gestire al meglio la comunicazione e la diffusione dei risultati degli eventi.

In dettaglio si presenta, nelle schede successive, la composizione complessiva del Budget GT2 di Prometeo e la distribuzione per attività e partner di progetto.



PROMETEO



Programme cofinancé par l'UNION EUROPEENNE



Republique Tunisienne



Regione Siciliana

GT2 - COMMUNICATION							
Activité	Référent	Partenaires impliqués	Valeurs cibles activité	Date début activité	Date fin activité	Macro-activités	Budget prévu (en EUR)
2.1 Activités de communication	CERID	PP1*, PP2*, PP3*, PP4*, PP5, PP6, PP7, PP8* (*):= PP participant sans budget	N° 1 Responsable de communication de projet sélectionné et contracté N° 1 Plan de communication de projet rédigé, approuvé et implémenté N° 1 Activité de gestion quotidienne de la communication de projet accomplie	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité de rédaction du Plan de Communication de projet en plein raccord avec les partenaires 2) Activité d'implémentation du Plan de Communication de projet en plein raccord avec les partenaires 3) Organisation et gestion quotidienne de la communication de projet	81.400,00
2.2 Événements informatifs	CERID	PP1*, PP2*, PP3*, PP4*, PP5, PP6, PP7, PP8* (*):= PP participant sans budget	N° 4 Journées de diffusion de l'information organisées N° 4 Séminaires de capitalisation organisés	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité d'organisation et gestion des journées de diffusion de l'information 2) Organisation et gestion des séminaires de capitalisation 3) Rédaction et partage des rapports de capitalisation, à conclusion de chaque séminaire	
2.3 Divulgarion sur le web	CERID	pp1*, pp2*, pp3*, pp4*, pp5, pp6, pp7, pp8* (*):= PP participant sans budget	N° 1 Site web conçu, approuvé et mis en place N° 3 Comptes social-media conçus, approuvés, mis en place et animés N° 1 Vidéo de vulgarisation des activités de projet conçu, approuvé et mis en place	Oct 2021	Oct 2023	1) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur du site web 2) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur des comptes social-media 3) Organisation et gestion de l'activité d'animation continue du site web et des comptes social-media 4) Activité de sélection et affectation de service du réalisateur du vidéo de vulgarisation	

Typologie	Réalisation	Description	Année	P1 UNICT	P2 UTM	P3 CTA	P4 INRAT	P5 ANPR	P6 PALAZZOLO	P7 CERID	P8 EXPERGREE N	TOTAL
Ressources humaines			A1 - A2	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 1.400,00	€ 12.500,00	€ 27.500,00	€ 0,00	€ 41.400,00
Couts des services												
Experts externes	R.2.1	Plan de communication	A1							€ 8.000,00		€ 8.000,00
Experts externes	R.2.2	Evenements de diffusion	A1							€ 10.000,00		€ 10.000,00
Publications, études, recherche	R.2.2	Publications dans des revues spécialisées	A2							€ 10.000,00		€ 10.000,00
Actions de visibilité	R.2.3	Site web, médias sociaux, youtube	A2							€ 6.000,00		€ 6.000,00
Autre service sous-traité	R.2.2	Sous-traitance d'une agence de communication	A1					€ 6.000,00				€ 6.000,00
Total Couts des services				€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 6.000,00	€ 0,00	€ 34.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00
TOTAL				€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00	€ 7.400,00	€ 12.500,00	€ 61.500,00	€ 0,00	€ 81.400,00