



MANagement dei Rischi derivanti dall'Erosione costiera e azioni di Governance Transfrontaliera

## **Piano di Comunicazione**

Pianificazione e redazione del piano

Implementazione del piano

Valutazione del piano



## **Il progetto Maregot**

Il rischio collegato all'erosione costiera investe tutta l'area del Programma Operativo di cooperazione Transfrontaliera Marittimo, pertanto si profila come una sfida territoriale comune associata al problema dei cambiamenti climatici. L'azione di lotta ai cambiamenti climatici si integra inoltre con l'obiettivo della Strategia Marina che impone di raggiungere un buono stato ambientale dell'ambiente marino dell'Unione Europea entro il 2020, potenziando la resilienza dei litorali al fenomeno erosivo.

MAREGOT è un progetto finalizzato alla prevenzione e gestione congiunta dei rischi derivanti dall'erosione costiera nell'area di cooperazione. Il progetto strategico intende avviare un'azione di pianificazione condivisa che, grazie a una migliore conoscenza dei fenomeni erosivi e della dinamica dei litorali, individui soluzioni d'intervento ottimali per la gestione del territorio in relazione alle caratteristiche morfologiche e idrodinamiche dalla costa.

Principali attori e destinatari delle azioni sono le Pubbliche Amministrazioni con competenze in campo di programmazione, i centri di ricerca, i soggetti privati coinvolti nella gestione integrata della costa e la popolazione. A partire dall'analisi critica dei sistemi di monitoraggio e dei dati esistenti si definirà una metodologia transfrontaliera per il monitoraggio.

Regione Liguria ha coordinato i lavori di preparazione del progetto MAREGOT partendo da un dialogo costruttivo con le regioni dell'area di cooperazione Marittima sul tema dei rischi legati al fenomeno dell'erosione costiera. Il partenariato è stato aperto a soggetti tecnici, in particolare a università e istituti di ricerca, al fine di implementare la competenza tecnica sul tema. Per rafforzare la collaborazione, l'intero partenariato ha firmato un accordo di cooperazione, impegnandosi a lavorare congiuntamente sul tema dell'erosione costiera e dei rischi a essa legati.

Maregot partirà dall'esperienza del progetto RESMAR, realizzato nell'ambito del PO Marittimo della precedente programmazione.

**progettazione strategica**

Quale contesto  
Quali obiettivi strategici  
Quali attori coinvolti  
Quali destinatari

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione  
strumenti e attività

**progettazione strategica****progettazione operativa****Quale contesto**

Quali obiettivi strategici

Quali attori coinvolti

Quali destinatari

**In Europa** è in corso l'attuazione della strategia Europea 2020 per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva, in particolare rispetto alla gestione dell'ambiente costiero e alla pianificazione e governance delle attività ad essa legata. Promuovere e sviluppare una crescita sostenibile è determinante per migliorare le attività basate sul mare e sull'ambiente costiero, data la vulnerabilità rispetto a rischi naturali e ai cambiamenti climatici. Perciò la UE ha adottato la Raccomandazione del 30 maggio 2002 per l'attuazione della Gestione Integrata delle Zone Costiere.

**In Francia** il protocollo GIZC è entrato in vigore nel 2013 diventando vincolante per gli enti impegnati nella gestione costiera. La Strategia Nazionale francese di Gestione Integrata del tratto di costa del 2012 sviluppa il monitoraggio della costa e identifica i territori a rischio per stabilire le priorità delle azioni pubbliche, elaborare strategie condivise tra gli attori pubblici, evolvere verso eventuali schemi di ricollocazione delle attività e dei beni.

**In Italia** a seguito di tale Raccomandazione, della Direttiva Marine Strategy 2008/56/CE (recepita con il d.lgs. 190/2010), del Protocollo sulla Gestione Integrata delle Zone Costiere (GIZC) del Mediterraneo (Conv. Di Barcellona), della Carta di Bologna e della Carta di Livorno, è in corso di predisposizione una strategia nazionale per la GIZC che costituisce l'attuale strumento di governance delle zone marino-costiere.

Le Regioni sono chiamate ad applicare tale approccio nella redazione di strumenti di pianificazione garantendo lo sviluppo durevole e socialmente accettabile.

Il progetto contribuisce all'attuazione di tali strumenti a livello locale con la redazione di piani di intervento che considerano le problematiche costiere e le loro interazioni: lo studio è basato su un approccio olistico che porterà a una più corretta definizione delle attività per la predisposizione degli interventi.

MAREGOT contribuisce inoltre:

- All'attuazione della Direttiva Habitat 92/43/CE
- All'attuazione della Direttiva Alluvioni 2007/60/CE
- A migliorare la base dei dati fisici e ambientali per la valutazione dei rischi connessi alle attività umane in ambiente marino ai fine della Pianificazione Spaziale Marittima (Direttiva 2014/89/UE) e all'adozione di un abbraccio intersettoriale
- All'attuazione della Direttiva INSPIRE 2007/2/CE

**progettazione strategica****progettazione operativa****Quale contesto**

Quali obiettivi strategici

Quali attori coinvolti

Quali destinatari

Di seguito una prima ipotesi di analisi SWOT riferita al progetto Maregot, da migliorare e definire col gruppo di lavoro sulla comunicazione:

<p><b>Punti di forza:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• I progetto dispone di risorse (finanziamento europeo)</li> <li>• I partner coinvolti dispongono di esperienza e know-how sui temi trattati</li> <li>• I partner coinvolti sono presenti e attivi sui territori coinvolti</li> </ul>	<p><b>Debolezze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incertezza sull'effettiva possibilità di trasferire (a fine progetto) le buone pratiche e gli strumenti di MAREGOT</li> <li>• Difficoltà di cooperazione tra i partner</li> </ul>
<p><b>Opportunità:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La tematica trattata da MAREGOT trova spazio nel dibattito mediatico</li> <li>• MAREGOT può capitalizzare esperienze passate</li> </ul>	<p><b>Minacce:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Quadro normativo sulla pianificazione costiera molto diverso nei due paesi (Italia e Francia)</li> <li>• Mancanza di risorse future per la prosecuzione ed attuazione dei piani</li> </ul>

**progettazione strategica**

## progettazione operativa

Quale contesto

**Quali obiettivi strategici**

Quali attori coinvolti

Quali destinatari

**Gli obiettivi del progetto Maregot****Crescita delle conoscenze e della consapevolezza dei principali target rispetto alla tematica ambientale della gestione costiera integrata**

- Migliorare **conoscenza e sistemi di monitoraggio** dei fenomeni legati all'erosione costiera
- Predisporre una **strategia d'intervento congiunta** transfrontaliera
- Pianificare e programmare **interventi per la gestione costiera** integrata

In sintesi il progetto mira a migliorare la capacità delle istituzioni pubbliche di prevenire e gestire, in forma congiunta, alcuni rischi specifici dell'area derivanti dal cambiamento climatico: rischio idrologico, in particolare in relazione alle alluvioni, erosione costiera e incendi.

Tale modello strategico transfrontaliero potrà essere oggetto di trasferibilità in altri contesti e per altri progetti.

**progettazione strategica**

## progettazione operativa

Quale contesto

Quali obiettivi strategici

**Quali attori coinvolti**

Quali destinatari

**I Partner**

- Regione Liguria
  - Parco Nazionale delle Cinque Terre
  - Università di Genova
  
- Regione Toscana
  - Università di Firenze
  - Laboratorio di monitoraggio e modellistica ambientale per lo svil.sost.
  
- Regione autonoma della Sardegna
  - Agenzia Regionale per la protezione dell'ambiente della Sardegna
  - Università di Cagliari
  
- Office de l'Environnement de la Corse
  - Bureau de Recherche Géologique e Minières
  - Service Départemental d'incendie et de Secours de la Haute-Corse
  
- Departement du Var
  - Conservatoire de l'Espace Littoral et de Rivages lacustres

**Compiti e ruoli dei Partner nell'ambito della Comunicazione**

Il Parco Nazionale delle Cinque Terre, in collaborazione con Regione Liguria, coordinerà la component "Comunicazione" nel Progetto Maregot, che sarà attuata in collaborazione con tutti i partner – responsabili delle azioni sul loro territorio.

Il PN5T si occuperà sia della progettazione del PdC che della sua concreta attuazione.

Specifici indicatori valuteranno implementazione ed efficacia del piano che potrà essere aggiornato in itinere.

Il PN5T gestirà il flusso di comunicazione del progetto tra i partner e raccoglierà informazioni, esperienze e pratiche utili. A tal fine coordinerà il GRUPPO DI LAVORO SULLA COMUNICAZIONE.

**progettazione strategica****progettazione operativa**

Quale contesto

Quali obiettivi strategici

Quali attori coinvolti

**Quali destinatari****Istituzioni, operatori e associazioni, scuole, cittadini e turisti, media**

I destinatari individuati per le attività di comunicazione, diffusione e sensibilizzazione sono raggruppati in cinque tipologie:

- **Amministrazioni pubbliche:** include gli interlocutori a livello locale, nazionale ed europeo che sono parte del progetto, principali destinatari delle misure contenute nei piani di ciascun territorio. Tali interlocutori, per un costante aggiornamento rispetto alle fasi di realizzazione, verranno coinvolti nelle attività di governance in sinergia con le attività di comunicazione.
- **Esperti:** comprende tutti gli stakeholder che hanno conoscenze e interessi legati all'area di intervento e alle azioni previste nel suo ambito. Tra questi le associazioni ambientaliste, i centri di ricerca, gli ordini professionali, il mondo accademico e gli sportelli turistici che possono contribuire in modo significativo alla diffusione delle informazioni e degli obiettivi del progetto MAREGOT.
- **Soggetti economici:** comprende le imprese e le associazioni di categoria che operano nel territorio di interesse.
- **Popolazione:** identifica tutte le persone non coinvolte in prima persona nelle attività di progetto o senza un interesse diretto ai risultati, ma che comunque contribuiranno a mitigare gli impatti sulla costa e a ridurre il rischio di calamità mettendo in atto comportamenti virtuosi e attenti nella fruizione del territorio. Un aspetto importante è giocato dal turismo che in alcune aree registra numeri particolarmente elevati. La tipologia include sia i turisti occasionali, che frequentano il territorio solo per brevi periodi, sia i turisti abituali che tornano ripetutamente. Per entrambe le categorie è necessario attivare un'azione di comunicazione mirata e immediata che promuova comportamenti sostenibili e attenti. Questa categoria comprende anche il mondo scolastico, con gli studenti di ogni ordine e grado: gli studenti costituiscono infatti i fruitori/operatori del futuro e, se opportunamente formati, educati sensibilizzati sui temi della gestione della costa, permetteranno una radicazione di buone pratiche e degli obiettivi attesi dal progetto MAREGOT.
- **Media:** giocano un ruolo strategico e importante per la diffusione degli obiettivi del progetto, in quanto possono amplificare le comunicazioni dando risalto e risonanza alle azioni previste.

**progettazione strategica****progettazione operativa**

Quale contesto

Quali obiettivi strategici

Quali attori coinvolti

**Quali destinatari****Target****Soggetti interessati**

Amministrazioni pubbliche	Regione Liguria Parco Nazionale delle Cinque Terre, Università di Genova Regione Toscana Università di Firenze Laboratorio di monitoraggio e modellistica ambientale per lo sviluppo sostenibile Regione autonoma della Sardegna Agenzia Regionale per la protezione dell'ambiente della Sardegna Università di Cagliari Office de l'Environnement de la Corse Bureau de Recherche Géologique e Minières Service Départemental d'incendie et de Secours de la Haute-Corse Departement du Var Conservatoire de l'Espace Littoral et de Rivages lacustres Ministero dell'Ambiente Unione Europea
Esperti	Esponenti del mondo accademico Punti d'informazione turistica/Sportelli turistici Ordini professionali Centri studi o società di ricerca Associazioni ambientaliste
Soggetti economici	Operatori e imprese locali (albergatori, ristoratori, nautica, pesca, attività sportive, ecc) Associazioni di categoria
Popolazione	cittadinanza turisti, studenti di primarie e secondarie di primo grado
Media	Giornali, tv, radio Web, social networks

progettazione strategica

**progettazione operativa****obiettivi di comunicazione**

strumenti e attività

Gli obiettivi della comunicazione, che discendono dagli obiettivi di progetto, sono:

- **incrementare le conoscenze dei target** sul fenomeno dell'erosione costiera e sulle dinamiche dei litorali
- **cambiare l'atteggiamento dei fruitori della costa** incentivando comportamenti responsabili e sostenibili
- **aumentare la consapevolezza dei principali target** rispetto alla tematica ambientale della gestione costiera integrata
- **cambiare la mentalità degli amministratori pubblici** riguardo alle opere di difesa
- promuovere un **approccio integrato e transfrontaliero** sulle tematiche in oggetto

## progettazione strategica

**progettazione operativa****obiettivi di comunicazione**

## strumenti e attività

**Strategia di comunicazione transfrontaliera**

La strategia di comunicazione definisce la struttura, i tempi, le modalità di diffusione e il contenuto dei messaggi da veicolare, specificando a quali segmenti di popolazione sia più indicato e utile inviarli e quali siano i mezzi migliori per poterlo fare.

*Obiettivo specifico:*

La strategia di comunicazione transfrontaliera definita approfondirà la conoscenza dei contesti locali per rispondere alle esigenze di ogni singolo territorio e sarà dunque ripetibile e applicabile da ogni partner.

Il piano di comunicazione avrà dunque lo scopo di individuare alcuni fattori chiave:

- **COSA:** definire cosa comunicare, i messaggi e i prodotti
- **A CHI:** identificare i target group per la disseminazione
- **PERCHE':** definire gli scopi della diffusione
- **COME:** definire il metodo della diffusione
- **QUANDO:** definire i momenti più opportuni per il raggiungimento degli obiettivi di disseminazione.

Innescando un rapporto di lungo periodo con gli stakeholder, sarà possibile ricevere i feedback in itinere al fine di migliorare le modalità di trasmissione del messaggio.

*Descrizione:*

Partendo dalla chiara identificazione e analisi di tutti i target si procederà all'individuazione dei key message e degli strumenti funzionali a veicarli. L'implementazione di tale strategia sarà opportunamente monitorata e valutata in termini di efficacia attraverso specifici indicatori di avanzamento e risultato.

## progettazione strategica

## progettazione operativa

## obiettivi di comunicazione

## strumenti e attività

**Key Messages**

L'individuazione e l'utilizzo di specifici messaggi chiave, per i differenti target, permetterà di veicolare in modo più efficace l'informazione e di agire in modo diretto sui portatori di interesse.

I messaggi chiave si baseranno sui seguenti concetti, ulteriormente implementabili dal gruppo di lavoro sulla comunicazione:

- **prevenzione, mitigazione dei rischi legati all'erosione costiera**
- **resilienza ai cambiamenti climatici**
- **conoscenza e monitoraggio del fenomeno dell'erosione costiera**
- **azione congiunta, integrata e transfrontaliera**

Tali concetti, ulteriormente sviluppabili, consentono di anticipare i possibili key messages, e gli slogan conseguenti, ampliabili e definibili di concerto con i partner:

**Possibili key messages****Possibili slogan divulgativi**

MAREGOT è un progetto integrato transfrontaliero di tutela e pianificazione condivisa della costa

MAREGOT il progetto transfrontaliero amico della costa  
MAREGOT: insieme diamo una mano alla costa  
Difendiamo la costa con MAREGOT

MAREGOT è un progetto finalizzato alla prevenzione e gestione congiunta dei rischi derivanti dall'erosione costiera nell'area marittima

MAREGOT, un sistema integrato per la tutela della costa  
MAREGOT: conoscere e gestire l'erosione costiera

MAREGOT punta a migliorare la conoscenza e aumentare la consapevolezza dei fenomeni erosivi e della dinamica dei litorali

MAREGOT: Aumentare la conoscenza per ridurre i rischi costieri  
MAREGOT: conoscere la costa per proteggerla

MAREGOT si propone di individuare le *best practices* per la gestione strategica del territorio costiero

MAREGOT: buone pratiche per la gestione della costa  
MAREGOT, per la gestione strategica della costa

MAREGOT mira a predisporre una strategia d'intervento congiunta transfrontaliera per la gestione della costa

MAREGOT: una strategia congiunta per la gestione della costa

MAREGOT è volto a ridurre i rischi derivati dai cambiamenti climatici

MAREGOT: accresce la resilienza della costa ai cambiamenti climatici

MAREGOT ha l'obiettivo di monitorare e mitigare il rischio idrogeologico della costa

MAREGOT: strategie per mitigare il rischio idrogeologico  
Monitorare, pianificare e tutelare la costa con MAREGOT

MAREGOT vuole incentivare comportamenti responsabili e sostenibili nei fruitori della costa per accrescere la sicurezza del territorio

Una costa più sicura con MAREGOT  
MAREGOT: una costa per il futuro  
MAREGOT: per uno sviluppo sostenibile della costa

MAREGOT promuove una governance integrata della gestione della costa

MAREGOT: una sola costa da conoscere, monitorare, proteggere

## progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività**

Per raggiungere gli obiettivi sono stati presi in considerazione i seguenti strumenti ed attività:

- C.1.1 **Piano di comunicazione** transfrontaliero
- C.1.2 **Report di analisi dei risultati** raggiunti dal piano di comunicazione transfrontaliero
  
- C.2.3 **Manuale di identità** del progetto
- C.2.4 **Brochure e locandine generali** del progetto
- C.2.5 **Articoli** su riviste, web e mezzi d'informazione
- C.2.6 **Social media**
- C.2.7 **Brochure specifiche** per la sensibilizzazione dei target
- C.2.8 **Newsletter** elettronica
  
- C.3.9 **Linee Guida**
  
- C.4.10 **Eventi territoriali**
- C.4.11 **Incontri di sensibilizzazione** dei target
  
- C.5.12 **Eventi transfrontalieri**

## progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.1.1 Piano di Comunicazione**

(lug.2017)

È lo strumento che definisce l'immagine coordinata del progetto, le azioni, le strategie e gli strumenti, nonché le loro tempistiche, volti a divulgare le attività operative svolte nell'ambito del progetto e sensibilizzare sui temi in oggetto al fine di aumentare la prevenzione in caso di eventi calamitosi.

Definire il piano di comunicazione permette di predisporre il quadro generale per la gestione e il coordinamento delle comunicazioni che saranno realizzate per promuovere i progetti.

Nel dettaglio, l'insieme delle attività di comunicazioni si prefiggono i seguenti obiettivi:

- PREDISPORRE AZIONI COMUNI E SINERGICHE tra i partner e approfondire la conoscenza dei contesti locali, dalle criticità ai punti di forza, per rispondere alle esigenze di ogni singolo territorio anche dal punto di vista della comunicazione;
- INFORMARE i portatori d'interesse sulle azioni generali previste dal progetto e sui risultati garantendo la trasparenza;
- SENSIBILIZZARE i portatori d'interesse sulle criticità del territorio al fine di promuovere comportamenti virtuosi, ecosostenibili e attenti alla sicurezza prevenendo comportamenti pericolosi/dannosi;
- RAFFORZARE e ampliare il coinvolgimento e la partecipazione di cittadini e operatori locali;
- FACILITARE e rafforzare i rapporti tra i partner del progetto al fine di raggiungere i risultati previsti;
- PROMUOVERE sinergie transfrontaliere e azioni volte a migliorare ulteriormente la gestione dei rischi idrogeologici e la loro prevenzione;
- FAVORIRE l'opportunità di scambio di buone pratiche a livello nazionale e internazionale nonché la replicabilità ed la trasferibilità dei risultati del progetto;
- GARANTIRE la continuazione alla disseminazione e comunicazione dei risultati ottenuti;

A tale scopo il progetto prevede un'attività di informazione multicanale capace di dialogare con i media di settore e i social in ogni Paese della rete transfrontaliera.

- ATTIVARE SINERGIE con altri progetti (networking)

## progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****Fasi del Piano**

Le differenti azioni di comunicazione volte a raggiungere gli obiettivi del PdC possono essere raggruppate in 6 fasi:

1. Analisi del contesto attraverso l'individuazione dei principali temi di intervento e dei rispettivi punti di forza, punti di debolezza, opportunità e minacce (SWOT).
2. Definizione dei principali obiettivi strategici e operativi.
3. Individuazione dei destinatari della comunicazione e dei key message.
4. Definizione della strategia finalizzata alla comunicazione e dell'identità del Progetto, dei territori e dei partner coinvolti.
5. Scelta degli strumenti di comunicazione da attivare e da mettere a sistema (vedere "Strumenti e attività").
6. Definizione degli indicatori di risultato (vedere "Valutazione del Piano" C.1.1 e C.1.2).

**Comunicazione interna**

Al fine di attuare una comunicazione interna puntuale e mantenere i partner informati e attivi sulle azioni e gli sviluppi delle attività di comunicazione, verrà organizzato il GRUPPO DI LAVORO sulla comunicazione in cui una persona di riferimento per ciascun partner si farà portavoce delle criticità, degli obiettivi e delle azioni previste in ambito locale al fine di organizzare e gestire il flusso d'informazioni e di rendere più efficace la comunicazione del progetto sia a livello locale che globale.

Nelle fasi iniziali verranno raccolti:

- Contatti e indirizzi e-mail dei referenti
- I loghi dei partner
- Le esigenze di comunicazione di tutti i territori al fine di tenere in considerazione tutti gli aspetti
- Eventuali altri key message
- Eventuali altri prodotti di comunicazione previsti dai singoli partner

Il coordinamento puntuale di tutte le attività realizzate dai partner permetterà di operare in un'unica logica di progetto, pur mantenendo le specificità del proprio territorio.

progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.2.3 Manuale di identità del progetto**

(lug.2017)

Valido per tutti gli strumenti di comunicazione al fine della chiara identificazione del progetto.  
Si prevede la realizzazione di **logo** e **format** predefiniti nei principali materiali di utilizzo dei partner.

Obiettivo specifico: identificare il progetto in maniera chiara, immediata e fortemente comunicativa.

Descrizione: un'efficace immagine grafica del progetto è funzionale alla percezione di un'identità complessiva delle azioni che saranno identificate con facilità e rapidamente. Tale immagine non solo faciliterà la riconoscibilità di tutti i documenti, i prodotti e i servizi, ma anche di associarsi positivamente alle finalità ed ai messaggi chiave del progetto, migliorando ulteriormente la veicolazione delle informazioni e la visione transfrontaliera degli interventi.

Tutto il materiale di comunicazione sarà predisposto in italiano e in francese seguendo tale manuale d'identità, che prevederà l'uso del logo di progetto in autonomia (uso in cui il logo Interreg sarà comunque distintamente presente) oppure integrato al logo Interreg Marittimo secondo le specifiche impostate sul relativo manuale d'immagine coordinata, ed il cui utilizzo sarà vincolante per tutti i partner.



## progettazione strategica

## progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

**Logo**

Il logo Maregot viene sviluppato con massima linearità, la "O" viene rappresentata da un'onda che simboleggia l'erosione, la "T" conclude arrestando l'onda di erosione. Le onde in trasparenza, vogliono indicare l'efficacia del progetto allontanando i rischi.

Tale immagine` costituirà un'identità riconoscibile e consentirà ai destinatari dell'azione informativa di collegare facilmente la singola iniziativa al piano organico d'interventi.

Tutte le azioni di comunicazione del progetto saranno così facilmente identificabili dall'insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo.

Il logo sarà utilizzato in tutti i documenti che saranno prodotti nel corso delle attività progettuali, nei materiali pubblicitari e di disseminazione previsti dal presente PdC.



Monocolore Logo nero  
Stampa monocolore



Monocolore Logo bianco  
Stampa monocolore

## progettazione strategica

## progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

Negli utilizzi specifici il logo Maregot sarà affiancato dal logo Interreg Marittimo, oppure integrato ad esso secondo una delle seguenti possibilità, previste dal manuale d'immagine coordinata del Programma Interreg ITALIA-FRANCIA MARITTIMO 2014-2020:



## progettazione strategica

## progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

**Template**

Sono stati predisposti i template per le attività di comunicazione del progetto e in particolare per le seguenti categorie:

templates strutturati secondo indicazioni grafiche del Marittimo (caratteri, disposizioni logo, slogan etc) come indicate nel manuale d'identità:

- Template Word per documento tipo (A4 verticale e orizzontale)
- Template Word per programma di evento/incontro
- Template Word per lettera
- Template Power point per presentazione
- Template per locandina di progetto
- Template Roll Up

Per la carta intestata, la lettera, i report e i programmi degli eventi il logo, nella versione integrata con Interreg, va posizionato in alto a sinistra mentre, eventualmente, i loghi dei partner in basso a sinistra.

In basso a destra dovrà essere inserita invece la scritta La Cooperazione al cuore del Mediterraneo o, in francese, La Coopération au coeur del la Méditerranée.

Per le presentazioni in Power Point la grafica delle slide seguirà l'esempio a fianco.



## progettazione strategica

## progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

**C.2.4 Locandine e brochure generali del progetto**

(lug.2017)

Promuoveranno la conoscenza del progetto presso il pubblico generico, mettendo in rilievo gli obiettivi. Conterranno un messaggio in grado di sensibilizzare il pubblico alla gestione e fruizione sostenibile della costa, e saranno in duplice versione, italiana e francese.

Tiratura: almeno 5.000 copie

Obiettivo specifico: fornire una presentazione del progetto in maniera chiara, sintetica e facilmente comprensibile.

**Descrizione:**

Saranno realizzate locandine di presentazione del progetto, nei formati digitali e cartacei A4 e A3, e verrà realizzato un opuscolo/brochure digitale e cartaceo informativo, generale sul progetto, che verrà distribuito attraverso i canali social ed i siti dei partner, con l'obiettivo di comunicare in maniera chiara e sintetica quali sono le caratteristiche principali e gli obiettivi del progetto.

Se ne prevede la stampa entro i primi 6 mesi in 5000 copie e la divulgazione individuate dai partner, nei punti informazione, nonché negli eventi pubblici previsti dal presente PdC, oltre che sui siti web ed i canali del progetto (in versione scaricabile).



## progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.2.5 Articoli su riviste, web e mezzi d'informazione**

(lug.2019)

Per mettere in evidenza l'importanza della gestione sostenibile della costa rispetto ai cambiamenti climatici, i partner utilizzeranno i propri siti web e pubblicheranno articoli su riviste.

PN5T gestirà la pagina web del progetto.

Report: almeno 30 articoli

Obiettivo specifico: fornire informazioni specifiche, puntuali e costantemente aggiornate sul progetto e sul suo stato di avanzamento, al fine di rafforzare la partecipazione e sensibilizzare i diversi soggetti coinvolti e il grande pubblico in merito al progetto.

Descrizione:

- Sarà "curata" la pagina Internet del sito del Programma Marittimo, in stretta collaborazione con il capofila, nella quale saranno messi a disposizione gli output del progetto e i contributi dei partner ai tavoli di lavoro. Inoltre verranno realizzate pagine specifiche sui siti dei partner, con immagine coordinata, e su Parks.it, il portale dei parchi italiani.

- si prevede la redazione di comunicati stampa in coincidenza con la realizzazione delle azioni di maggior valore del progetto e in occasione degli eventi pubblici previsti, al fine di aumentare la visibilità degli output di progetto, le criticità territoriali che il progetto è chiamato ad affrontare e gli obiettivi attesi.

I comunicati avranno il compito di evidenziare le caratteristiche principali del progetto, cosa è stato/sarà realizzato, chi lo ha fatto/farà, il contributo e i benefici che questo porterà al territorio e alla sua popolazione ma anche la sua transfrontalierità e ripetibilità.

- Articoli di carattere divulgativo-generico o tecnico verranno redatti ogni qual volta se ne verificherà l'interesse e la possibilità di divulgazione.

- Verranno inoltre organizzate anche conferenze stampa locali durante lo svolgimento del progetto.

## progettazione strategica

## progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

**C.2.6 Social media**

Con gli account social media dei partner (ad esempio Facebook e Twitter) si potrà coinvolgere con modalità alternative ed innovative i target del progetto attraverso l'utilizzo dell'hashtag #MAREGOT

Il fine è spingere a comportamenti responsabili per una gestione sostenibile della costa.

Report: almeno 2 account

Obiettivo specifico: fornire informazioni specifiche, puntuali e costantemente aggiornate sul progetto e sul suo stato di avanzamento coinvolgendo tutti i target di riferimento e spingendo, così, a comportamenti responsabili per una gestione sostenibile della costa.

Descrizione:

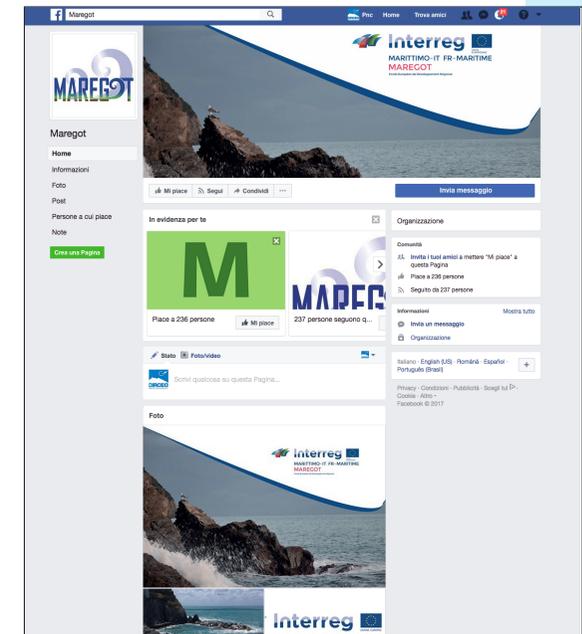
- Sarà realizzata una campagna informativa attraverso l'utilizzo dei principali social media (Facebook, Instagram e Twitter) attivando i profili, potenziando quelli esistenti o sfruttando (nel caso di twitter e instagram) profili dei partner e di parks.it attraverso l'utilizzo degli hashtag:

#MAREGOT	#erosionecostiera	#RischioIdrogeologico	#costasicura
#prevenzione	#mitigazione	#iczm	#climatechange
#adaptation	#interreg	#marittimo	

in modo da favorire una diffusione maggiore e più attiva.  
Verranno realizzate anche brevi campagne pubblicitarie e post sponsorizzati.

Ad esempio tra gli strumenti alternativi ed innovativi, individuati per incrementare la visita e l'interesse verso i canali social è prevista la realizzazione di 4 videoguide di circa 3 minuti secondo il concetto di "analisi SWOT". Ogni video, in pratica, identificherà rispettivamente le Forze le Debolezze, le Opportunità e le Minacce relative alle coste e al progetto MAREGOT. Gli stessi video verranno utilizzati durante incontri e presentazioni. I video saranno anche visionabili sul sito del progetto e del PN5T e trasmessi sui social.

(lug.2017)



progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.2.7 Brochure specifiche per la sensibilizzazione dei target**

(feb.2019)

Il contenuto di dettaglio delle brochure specifiche verrà definito sulla base dei primi risultati delle attività tecniche e delle esigenze dei partner, con l'obiettivo di spiegare l'importanza di adottare comportamenti responsabili.

Obiettivo specifico: informare, raggiungere e sensibilizzare le diverse categorie nonché spiegare l'importanza di adottare comportamenti responsabili

proposte da condividere:

**Brochure specifica "Amico della costa".**

Realizzata per raggiungere la categoria "turisti" è stata pensata una tradotta in più lingue che riporterà brevemente le finalità del progetto, gli obiettivi e le criticità del territorio per poi elencare con un linguaggio chiaro ma anche accattivante le buone pratiche e i consigli per comportarsi da "turista virtuoso" nel rispetto dell'ambiente locale con particolare riferimento alla costa e i consigli su come comportarsi in caso di allertamento per eventi calamitosi, emergenze, ecc. Le brochure stampate nel secondo anno in 1000 copie verranno distribuite presso i punti informativi del Parco e con il contributo degli operatori locali che vorranno impegnarsi distribuendo ai propri fruitori tale materiale.

**Brochure scuole**

Per raggiungere il target "scuole" e quindi gli studenti, si predispone una brochure stile "fumetto" con un personaggio-mascotte, Margot, che, attraverso una breve storia-avventura, spiega ai ragazzi le tematiche legate agli obiettivi del progetto. Le brochure stampate nel secondo anno in 1000 copie verranno distribuite presso le scuole primarie e secondarie di primo grado del territorio interessato dal progetto. Sono previste inoltre azioni di comunicazione-diffusione riguardanti le attività organizzate dal CEA nell'ambito del progetto (uscite, laboratori, ecc.).

**Brochure imprese**

La pubblicazione conterrebbe i risultati ottenuti da tutti i partner. La pubblicazione, la struttura e il numero di copie sarà valutato sulla base delle disponibilità di risorse e in accordo con il project manager e i partner del progetto.

progettazione strategica

progettazione operativa

obiettivi di comunicazione

strumenti e attività

**C.2.8 Newsletter elettronica**

(gen.2020)

A partire dal 6° mese (lug. 2017) sarà redatta ed inviata una newsletter periodica in formato elettronico che darà informazioni sull'avanzamento delle attività del progetto e sui risultati raggiunti.

Report: almeno 6 invii a cad. semestrale

Obiettivo specifico: aggiornare a livello locale sugli sviluppi, le iniziative e le azioni del progetto, al fine di rafforzare la partecipazione allo stesso e sensibilizzare i diversi soggetti coinvolti.

Descrizione:

MAREGOT INFORMA sarà rivolta ai portatori d'interesse sia in ambito territoriale che nazionale coinvolgendo associazioni ambientaliste, associazioni di categoria, operatori, istituzioni, altri parchi, ecc. per aggiornare sullo sviluppo del progetto a livello globale. Per realizzare tale prodotto verrà pertanto raccolto il materiale proveniente dagli altri partner. La newsletter sarà disponibile anche sul sito del PN5T.

Al fine di implementare l'indirizzario della newsletter i partner saranno invitati a fornire le mailbox dei portatori d'interesse e ad inserire nelle proprie newsletter notizie ed aggiornamenti sul progetto.



progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività**

### **C.3.9 Linee guida per la predisposizione di strumenti di comunicazione per la prevenzione e gestione di rischi o emergenze**

(gen.2019)

Le linee guida saranno diffuse principalmente tramite i canali informativi web.

Tiratura: almeno 500 copie cartacee

Obiettivo specifico: comunicare i criteri transfrontalieri da adottare nella realizzazione della comunicazione della gestione del rischio volta all'allertamento e alla gestione di eventi estremi legati ai rischi costieri ai fini della sicurezza delle persone, dell'integrità delle risorse e all'incremento della resilienza a livello locale.

Descrizione:

Saranno realizzate partendo da una valutazione delle esperienze sviluppate nella "Gestione del rischio costiero" e favoriranno l'adozione di comportamenti responsabili da parte della popolazione e dei soggetti economici che operano sulla costa.

Le linee guida saranno diffuse sia a livello locale, nell'ambito del secondo incontro territoriale per attivare a livello locale la trasferibilità dei risultati, sia nazionale/internazionale con pubblicazioni di articoli, comunicati stampa, conferenza stampa e realizzazione di un webinar interattivo digitale di alcuni minuti da diffondere attraverso i siti (Progetto, partner e Parks.it) e i social.

progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.4.10 Eventi territoriali**

(nov.2019)

È prevista la realizzazione di due eventi territoriali per ogni territorio.

Le voci del budget si riferiscono al prodotto del singolo evento, indicando: partner responsabile (n. partner) ed evento (A/B)

Report: 5x2 eventi territoriali

Obiettivo specifico: presentare, aggiornare e infine e disseminare i risultati del progetto, ma anche di condividere esperienze e buone pratiche coinvolgendo gli stakeholder del progetto.

Descrizione:

Il 1° evento (A) di ogni territorio sarà rivolto agli attori locali.

Il 2° evento (B) vedrà la partecipazione di tutti i partner avrà il compito di attivare la trasferibilità del progetto nell'ambito territoriale.

progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.4.11 Incontri di sensibilizzazione dei target**

(lug.2019)

I partner organizzeranno sul proprio territorio incontri di sensibilizzazione mirata ai singoli target (cittadini e turisti, imprese, scuole)

report: 5x3 incontri di sensibilizzazione

Obiettivo specifico: presentare, aggiornare e infine e disseminare i risultati del progetto tenendo conto delle differenze dei target.

Descrizione:

Gli incontri locali di sensibilizzazione saranno mirati ai singoli target e organizzati in accordo con i partner, in particolare Regione Liguria, in date e location strategiche da definire durante lo sviluppo del progetto e secondo le esigenze di comunicazione.

Gli incontri saranno meglio definiti in corso d'opera e pianificati in sinergia con le attività di governance

## progettazione strategica

**progettazione operativa**

obiettivi di comunicazione

**strumenti e attività****C.5.12 Eventi transfrontalieri**

(dic.2019)

Il progetto prevede di realizzare due eventi transfrontalieri, uno sul territorio francese e uno in Italia quale evento finale del progetto.

Report: 2 eventi

Obiettivo specifico: mettere in luce i principali risultati del progetto, promuovendone la trasferibilità della metodologia e dei risultati ad altri contesti territoriali.

Descrizione:

Il 1° evento transfrontaliero sarà realizzato in Corsica e sarà focalizzato sulle attività di governance realizzate. E' prevista una visita presso l'area pilota.

Il 2° evento sarà realizzato a fine progetto in Liguria, e presenterà i principali risultati.

L'attenzione sarà rivolta in particolare alla promozione di modelli di sviluppo sostenibile della gestione costiera integrata.

**organizzazione**

**tempistica**

**Organizzazione****Tempistica**

La fase di implementazione ed attuazione del piano coincide con la traduzione del piano di comunicazione da documento cartaceo a risultato concreto per la pubblicizzazione di un determinato servizio. Presupposto fondamentale per una buona programmazione e gestione del piano è una chiara distribuzione dei compiti e delle responsabilità all'interno dell'organizzazione, oltre che una precisa programmazione dei tempi di realizzazione.

Infatti occorre definire "chi si fa carico di quali aspetti "(organizzazione) e "quando"(tempistica).

Le attività di comunicazione-promozione del Progetto MAREGOT riguardano non soltanto i materiali, gli eventi e gli strumenti previsti dal progetto stesso ma anche iniziative parallele che coinvolgono i partner e nel cui ambito è possibile presentare il progetto e i suoi sviluppi.

In quest'ottica nei primi mesi di attività, durante il periodo giugno-settembre 2017, le iniziative nel cui ambito è stato possibile presentare il progetto sono:

- 27, 28 e 29 giugno, Les "Journées VAR Europe 2017", Tolone - Département du Var
- 4-15 agosto Festambiente, Rispeccia (Grosseto) – Regione Toscana e Lamma
- 1-2 settembre Posidonia Green Festival, Santa Margherita Ligure (Genova) – Parco Nazionale delle Cinque Terre

Organizzazione

Tempistica

**cronoprogramma**

	2017												2018												2019											
	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G	F	M	A	M	G	L	A	S	O	N	D	G
C.1.1 Piano di comunicazione transfrontaliero																																				
C.1.2 Report analisi risultati raggiunti piano comunicazione transfrontaliero																																				
C.2.3 Manuale di identità del progetto																																				
C.2.4 Locandine e brochure generali del progetto																																				
C.2.5 Articoli su riviste, web e mezzi d'informazione																																				
C.2.6 Social media																																				
C.2.7 Brochure specifiche per la sensibilizzazione dei target																																				
C.2.8 Newsletter elettronica																																				
C.3.9 Linee guida per la predisposizione di strumenti di comunicazione																																				
C.4.10 Eventi territoriali																																				
C.4.11 Incontri di sensibilizzazione dei target																																				
C.5.12 Eventi transfrontalieri																																				

**pianificazione delle attività di monitoraggio**  
flusso temporale

**valutazione dell'efficacia delle azioni**  
misurare i prodotti  
misurare i riscontri  
misurare le conseguenze

**Monitoraggio****Valutazione dell'efficacia**

**C.1.1** specifici indicatori valuteranno implementazione ed efficacia del piano, che potrà essere aggiornato in itinere

**C.1.2 Report di analisi dei risultati raggiunti dal Piano di Comunicazione transfrontaliero**

Nella fase finale del progetto il responsabile della Component, in sinergia con tutti i partner, predisporrà una valutazione delle attività messe in atto ed i risultati raggiunti

**METODI DI VERIFICA E MISURAZIONE RISULTATI**

Al fine di valutare l'effettiva efficacia del presente PdC a produrre gli effetti per cui è stato ideato, verranno utilizzati specifici indicatori di avanzamento e risultato. Di seguito le azioni previste:

- rassegne stampa e radiotelevisiva,
- monitoraggio accessi al sito web;
- rilevazione delle presenze agli eventi organizzati;
- questionario valutazione della soddisfazione per i partecipanti agli eventi pubblici.

Questi strumenti hanno quindi lo scopo di permettere non solo il monitoraggio delle attività di comunicazione, ma anche un'oggettiva valutazione dell'efficacia delle stesse.

La tabella a seguire riepiloga delle modalità di valutazione per singolo strumento di comunicazione identificato.

**Monitoraggio****Valutazione dell'efficacia**

<b>Destinatari</b>	<b>Strumento di comunicazione</b>	<b>Attori</b>	<b>Obiettivi della comunicazione</b>	<b>Oggetto di valutazione</b>	<b>Modalità di valutazione</b>	<b>Valori attesi</b>
tutti	sito	Interni ed esterni	Informare e aggiornare	Accessi al sito	Monitoraggio accessi N° link di altri progetti Indicizzazione di sito ed eventi pubblici sui motori di ricerca	10.000 1 1
tutti	social	Interni ed esterni	Informare e aggiornare	Accessi alla pagina	N° "mi piace" e follower	5.000 1
media	Comunicati stampa	interni	Promuovere su vasta scala	Comunicati	Rassegna stampa n. comunicati stampa prodotti n. comunicati stampa pubblicati	30 1 1
Pubblico specializzato	articoli	interni	Informare in modo specifico	testi	N° articoli pubblicati	1
tutti	Brochure generica	esterni	informare	copie	N° copie distribuite	5.000
turisti	Brochure amico della costa	esterni	Informare, sensibilizzare	copie	N° copie distribuite	1.000
Scuole primaria e secondaria di primo grado	Brochure fumetto	esterni	Informare, educare	copie	N° copie distribuite	1.000
Pubblico generico	Tv e radio	esterni	Promuovere su vasta scala	reportage	N° reportage trasmessi; rassegna	1 1
media	Conferenze stampa	esterni	Informare, aggiornare e approfondire	presentazioni	Rassegna stampa; presenze	1 1
tutti	Evento territoriale	esterni	Aggiornare, approfondire e costruire consenso	Partecipanti	Questionari di valutazione e N° partecipanti	1 1
amministrazioni	Linee guida	interni	Attivare metodologie trasfrontaliere	Prodotto finale	n. di reportage trasmessi Rassegna	1 1
tutti	webinar	interni	approfondire e costruire consenso	video	N° visualizzazioni	1
tutti	Pubblicazione finale	Esterni	approfondire e costruire consenso	copie	N° copie distribuite	1.000
tutti	videoguide	esterni	Informare e sensibilizzare	Video	N° visualizzazioni	1
Portatori di interesse	newsletter Maregot Informa	interni	Informare e aggiornare	Invio digitale	N° indirizzi mail	5.000