

IMPATTI-NO

*IMpianti Portuali trAnsfrontalieri di gesTione dei rifiuTI Navali e
pOrtuali*

PIANO DI COMUNICAZIONE

Il progetto impatti-No mira a migliorare la gestione del trattamento dei rifiuti generati dai porti attraverso lo sviluppo di un modello di economia circolare . Impatti – No prevede la realizzazione di piani d'azione congiunti per la prevenzione, riduzione e smaltimento dei rifiuti e delle acque reflue nei porti. L'approccio di Impatti -No considera "rifiuti" come una risorsa che può rimanere nel sistema economico, riutilizzato in nuovi contesti: attraverso la trasformazione recupero del rifiuto e il reinserimento nel mercato come Nuovo prodotto. In breve, Impatti-no mira a una crescita sostenibile attraverso la promozione di forme comuni di raccolta e di trattamento di rifiuti nei porti.

Anche nel quadro di questo progetto, tutti i partner dovranno comunicare sulle azioni comuni realizzate. Per questo motivo, la CCI2B, responsabile della comunicazione del progetto, selezionerà un'agenzia di comunicazione che avrà il compito di creare un logo e un'immagine coordinata pertinente.

1/ Obiettivi di comunicazione

- Incrementare le conoscenze sulle migliori tecnologie di trattamento di rifiuti e reflui nelle aree portuali, sulle nuove opportunità economiche derivanti dal trattamento dei rifiuti e dei reflui, sui vantaggi dell'adozione di modelli di gestione dei rifiuti nei porti di tipo circular ports;
- Accrescere la consapevolezza di armatori, natanti ed altri operatori portuali sull'importanza economica e ambientale della gestione del trattamento dei rifiuti attraverso lo sviluppo di un modello di economia circolare
- Accrescere la conoscenza del progetto con le autorità portuali, le istituzioni pubbliche, gli operatori portuali, le imprese, i referenti di altri progetti ai fini di creare una rete dei porti permanente;
- Cambiare la mentalità delle imprese che si occupano di gestione e smaltimento dei rifiuti al fine di favorire la cooperazione tra questi soggetti e rendere più efficiente il sistema di gestione.
- Creare occasioni di scambio di conoscenze e buone pratiche tra gli operatori coinvolti al fine di capitalizzare le esperienze positive e favorire la trasferibilità in altri contesti territoriali.
- Creare coesione (condivisione delle informazioni).

2/ Identificazione dell'obiettivo

Beneficiari diretti:

- Partner di progetto (Università di Cagliari, Centralabs, Camera di commercio dell'industria; dell'artigianato e dell'agricoltura della Maremma e del Mar Tirreno, Autorità del sistema portuale del Mar Tirreno settentrionale, Autorità di sistema portuale Mar ligure occidentale, Autorità di sistema portuale Mar ligure orientale, Camera di commercio di Bastia e Haute-corse, camera di commercio del Var);
- Autorità portuali;
- operatori portuali (portuali, ormeggi, pilota, Capitaneria, compagnie di navigazione);

- Rappresentanti di istituzioni pubbliche/responsabili decisionali (min. 10 2 per regione),
- società private che si occupano di gestione/trattamento dei rifiuti,-i referenti di altri progetti/altre parti interessate;
- Imprese e operatori portuali privati (almeno 10 per regione =50, di cui almeno 3 per regione partecipano alle attività di formazione);
- Start up innovative (almeno 20 : 10 IT e 10 FR);
- Referenti di altri progetti;

Beneficiari indiretti:

- Comunità locale.

3/Approccio

Partecipativo

4/ Outils de communication

a/ Logo e immagine coordinata

La camera di commercio di Bastia e l'Haute-Corse partner del progetto europeo Impatti - No, è responsabile della realizzazione di un logo da presentare poi al capofila e agli altri partner che sceglieranno una delle tre proposte.

Questo logo dovrebbe garantire una comunicazione chiara ed efficace del progetto EasyLog. Al fine di raggiungere una rappresentazione grafica pertinente che sia in linea con il progetto europeo EasyLog e con il programma INTERREG IT-FR Marittimo, il logo dovrà rispondere a determinati criteri:

- L'integrazione e la cooperazione delle cinque regioni (Corsica, Liguria, PACA, Sardegna, Toscana) in un contesto decisamente marittimo.
- Forma, codici colore e formato.



Il logo deve anche essere declinato per accogliere diversi mezzi di comunicazione:

- Presentazione Power Point
- Progettazione Carta Intestata
- Progettazione Programma eventi/CdP
- Progettazione Modello Foglio Firme

- Progettazione modello Verbali/Report
- Progettazione di un modello di newsletter
- Progettazione di un modello per le reti social
- Progettazione di un modello per volantini informativi
- Progettazione di un modello per comunicati stampa
- Progettazione spazio web

Di seguito è riportato il link al sito di po Maritime e il grafico da seguire : <http://interreg-maritime.eu/fr/interreg-2014-2020>

Logo : <http://interreg-maritime.eu/documents/197474/294165/charte+graphique/ae150698-ec54-40ce-ad61-57d855185d3c>

Tema n°7 <http://interreg-maritime.eu/documents/197474/294165/charte+graphique/ae150698-ec54-40ce-ad61-57d855185d3c>

Caratteristiche tecniche e posizionamento del logo : <http://interreg-maritime.eu/documents/197474/294165/charte+graphique/ae150698-ec54-40ce-ad61-57d855185d3c>

Al fine di convalidare definitivamente il logo, è necessario inviare la proposta all'organo di gestione del programma per verificare il rispetto delle norme vigenti.

b/ Creazione e accesso alla pagina Web

La pagina Web del progetto, in italiano e francese, inserita nel sito del programma, conterrà informazioni sull'andamento del progetto, sui risultati e sui documenti prodotti. Questo spazio vi terrà informati di tutti i partner e le parti interessate del progetto.

La camera di commercio di Bastia e Haute-corse, responsabile della comunicazione del progetto, avrà il proprio accesso alla pagina Web del sito e dovrà aggiornare le notizie sul progetto.

c/ Flyers

Produzione di un modello in italiano e francese da stampare (Si stima la stampa di 5000 copie:2500 sugli obiettivi e 2500 sui risultati)

- Informano sugli obiettivi ed i risultati del progetto. Questi documenti sono distribuiti in occasione degli eventi informativi.
- Flyers saranno disponibile anche sullo spazio Web e sui siti partner

d/ Newsletters

La newsletter semestrale sarà in italiano e in francese e sarà inviata dal primo semestre in poi. Informerà i gruppi destinatari (PA, autorità portuali, operatori portuali, imprese e altre parti interessate sull'andamento del progetto.

e/ Conférence de presse et le kit de presse IMPATTI-NO

Per ogni conferenza stampa (iniziale, intermedia e finale) si prevede di realizzare un kit di stampa impatti-No che conterrà una sintesi del progetto, i risultati ottenuti, il comunicato stampa e l'elenco dei contatti dei partner del progetto.

La divulgazione dei comunicati stampa deve essere garantita da ogni partner del progetto, tramite il proprio ufficio stampa/responsabile comunicazione, in relazione alle camere di commercio locali e sotto il coordinamento della camera di commercio di Bastia e del Haute-corse.

Ogni partner deve inoltre raccogliere e inviare alla camera di commercio di Bastia e Haute-corse e al capo fila la rassegna stampa locale.

f/ Attività di networking e capitalizzazione

Le attività di networking e capitalizzazione sono attività trasversali del progetto. Durante l'implementazione del progetto si dovrà decidere se le risorse previste nel budget del progetto si vorranno destinare all'invito di 3 referenti di altri progetti (anche Marittimo) attinenti o altri attori chiave in occasione degli eventi del progetto (conferenza iniziale e finale, eventi di animazione), oppure all'organizzazione di un evento tematico comune realizzato con i referenti degli altri progetti finanziati nello stesso Asse . Il report/il verbale sarà preparato dal partner che avrà organizzato l'evento. Questa relazione sarà accompagnata foto, fogli firmati e presentazioni Power Point.

L'attività di networking e capitalizzazione prevede anche la partecipazione del capofila in conferenze internazionali, per divulgare la conoscenza sul progetto ed i suoi risultati.

g/ Ulteriori attività non previste nel progetto

- Creazione e gestione profilo social;
- Creazione e animazione eventi sui social;

5/ Programma di comunicazione

Attività C. 1 _ definizione strategie della comunicazione

- **Prodotto C. 1,1 _ piano di comunicazione impatti No – 10/2018**
- **Prodotto C. 1.2 _ Realizzazione di un logo e dell'immagine coordinate del progetto – 10/2018**

Attività C .2-organizzazione delle conferenze stampa

- **Prodotto C. 2,1-Press Kit – 09/2018 e per ogni conferenza stampa**
- **Prodotto C. 2,2 _rapporto conferenza stampa-09/2018**

Attività C .3 gestione e implementazione dello spazio Web

- **Prodotto C. 3,1 _spazio Web impatti-No (pubblicazione di informazioni sui progressi e pubblicazione di documenti realizzati nel quadro del progetto) – 10/2018 e per la durata del progetto**

Attività C .4 _ produzione di documenti informativi/pubblicati

- **Prodotto C. 4,1 _brochure informativo progetto-10/2019**
- **Prodotto C. 4,2 _newletters impatti-No-10/2018 e ogni semester**

Attività C .5-attività di interazione e capitalizzazione

- **Prodotto C. 5.1 _Verbali interventi referenti stakeholders o Verbale evento/I tematici:**
 - **Conferenza lancio a Bastia – 07/2018**
 - **Evento di sensibilizzazione a Livorno – organizzato dal 12/2019 al 3/2021**
 - **Workshop a Bastia – organizzato dal 6/2020 al 3/2021**
 - **Conferenza finale a Cagliari– 03/2021**
- **Prodotto C.5.3 Presentazioni per conferenze internazionali per la capitalizzazione:**
Si prevede la partecipazione a 2 eventi da realizzarsi entro la fine del progetto (1/2021)