

Piano di Comunicazione

Luglio 2024

Komunikacijski načrt

JULIJ 2024



Introduzione

Il Piano di azione e comunicazione è uno strumento utile per avere una buona comunicazione all'interno del partenariato e per raggiungere i gruppi target con la comunicazione esterna.

Verranno date semplici regole e assegnati compiti a ciascun partner in modo da raggiungere i risultati prefissati ed il più vasto pubblico possibile con le risorse a disposizione.

Il Piano è un documento dinamico che può essere aggiornato in seguito a ogni Steering Committee Meeting dopo la valutazione dell'efficienza ed efficacia delle attività di comunicazione o integrato secondo i suggerimenti dei partner.

L'obiettivo principale è comunicare nel modo più efficace possibile i messaggi del progetto e diffondere i risultati del progetto al pubblico di riferimento.

Il Responsabile della Comunicazione (CM) è responsabile della supervisione dell'attuazione del Piano e del supporto a tutti i partner del progetto nello svolgimento delle loro attività di comunicazione, come previsto nell'AF.

Uvod

Akcijski in komunikacijski načrt je koristno orodje za dobro komunikacijo znotraj partnerstva in za doseganje ciljnih skupin z zunanjo komunikacijo.

Določena bodo preprosta pravila, vsakemu partnerju pa bodo dodeljene naloge, da bi z razpoložljivimi sredstvi dosegli želene rezultate in čim širše občinstvo.

Načrt je dinamičen dokument, ki ga je mogoče posodobiti po vsakem sestanku usmerjevalnega odbora po oceni učinkovitosti in uspešnosti komunikacijskih dejavnosti ali dopolniti glede na predloge partnerjev.

Glavni cilj je čim bolj učinkovito posredovati sporočila projekta in razširjati rezultate projekta ciljnemu občinstvu.

Vodja komunikacij (VK) je odgovoren za nadzor nad izvajanjem načrta in podporo vsem projektnim partnerjem pri izvajanju njihovih komunikacijskih dejavnosti, kot je predvideno v AF.

Mantiene contatti costanti con i referenti della comunicazione dei partner e facilita lo scambio di informazioni tra i partner di progetto.

I compiti del CM sono:

- Coordinare l'attuazione del Piano di Comunicazione garantendo la coerenza delle attività di comunicazione tra i partner;
- Monitorare i risultati delle attività di comunicazione e adattare secondo necessità per raggiungere gli obiettivi prefissati;
- Garantire che le linee guida visive del Programma siano osservate;
- Mantenere i rapporti con gli organi del Programma riguardo a tutte le questioni di comunicazione.

Vzdržuje stalne stike s predstavniki za komuniciranje, ki jih imenuje vsak partner in omogoča izmenjavo informacij med projektnimi partnerji.

Naloge VK so:

- *usklajevanje izvajanja komunikacijskega načrta z zagotavljanjem skladnosti komunikacijskih dejavnosti med partnerji;*
- *Spremljanje rezultatov komunikacijskih dejavnosti in njihovo prilagajanje za doseganje zastavljenih ciljev;*
- *Zagotavljanje upoštevanja vizualnih smernic programa;*
- *Vzdrževanje odnosov s programskimi organi glede vseh komunikacijskih vprašanj.*

QUADRO NORMATIVO

- Regolamento (UE) n. 2016/679 della Commissione del 27 aprile 2016 (Regolamento generale sulla protezione dei dati - GDPR)
- REGOLAMENTO (UE) 2021/1060 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 24 giugno 2021
 - Art. 22(3), sull'approccio dei Programmi alla comunicazione
 - Artt. 46-50, su visibilità, trasparenza e comunicazione
 - Allegato IX sull'uso e le caratteristiche dell'emblema dell'UE
- REGOLAMENTO (UE) 2021/1059 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 24 giugno 2021

REGULATIVNI OKVIR

- Uredba Komisije (EU) 2016/679 z dne 27. aprila 2016 (Splošna uredba o varstvu podatkov - GDPR)
- UREDBA (EU) 2021/1060 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 24. junija 2021
 - Člen 22(3) o pristopu programov h komunikaciji
 - Členi 46-50 o vidnosti, preglednosti in komunikaciji
 - Priloga IX o uporabi in značilnostih znaka EU
- UREDBA (EU) 2021/1059 EVROPSKEGA PARLAMENTA IN SVETA z dne 24. junija 2021
 - Člen 17(3;h) o komunikacijski vsebini in prepoznavnosti programov Interreg

- Art. 17 (3;h) sul contenuto di comunicazione e visibilità dei Programmi Interreg
- Art. 36 sulle responsabilità di comunicazione e visibilità dell'Autorità di Gestione e dei partner progettuali
- LINEE GUIDA DI IDENTITÀ VISIVA PER I PROGETTI INTERREG VI-A ITA-SLO (<https://www.ita-slo.eu/it/visual-identity>)
- člen 36 o odgovornostih organa upravljanja in projektnih partnerjev za komuniciranje in prepoznavnost
- SMERNICE ZA VIZUALNO IDENTITETO PROJEKTOV INTERREG VI-A ITA-SLO (<https://www.ita-slo.eu/it/visual-identity>)

Obiettivi chiave della comunicazione

Il Piano di Comunicazione del progetto BioTech2Agri persegue obiettivi specifici definiti, che sono collegati agli obiettivi specifici del progetto. In particolare, il progetto mira a migliorare la consapevolezza generale e l'adattamento delle tecnologie innovative lungo la catena di approvvigionamento agroalimentare e a favorire il dialogo tra gli stakeholder identificati dal progetto attraverso una ampia diffusione dei risultati del progetto. Per raggiungere gli obiettivi di comunicazione previsti nell'AF, la comunicazione:

Informerà sull'esistenza e le attività del progetto: Fornendo informazioni aggiornate e accurate facilmente accessibili riguardo alle attività e agli sviluppi del progetto. Questo include la comunicazione efficace dei risultati delle analisi complete e la sensibilizzazione degli stakeholder sulle sfide e le opportunità legate alle soluzioni biotecnologiche per il settore agroalimentare (WP1).

Ključni komunikacijski cilji

Komunikacijski načrt projekta BioTech2Agri zasleduje točno določene cilje, ki so povezani s specifičnimi cilji projekta. Cilj projekta je zlasti izboljšati splošno ozaveščenost in prilagoditev inovativnih tehnologij v agroživilski dobavni verigi ter spodbujati dialog med zainteresiranimi stranmi, opredeljenimi v projektu, s širokim razširjanjem rezultatov projekta.

Doseganje komunikacijskih ciljev, določenih v AF prek :

Obveščanje o obstoju in dejavnostih projekta: Zagotavljanje lahko dostopnih, posodobljenih in točnih informacij o dejavnostih in razvoju projekta. To vključuje učinkovito sporočanje rezultatov celovitih analiz ter ozaveščanje zainteresiranih strani o izzivih in priložnostih, povezanih z biotehnoškimi rešitvami za agroživilski sektor (WP1).

Promuoverà la partecipazione al progetto: Incoraggiando l'impegno e la partecipazione al dibattito transnazionale, favorendo la condivisione delle conoscenze e la collaborazione tra gli attori coinvolti nella fase di ricerca e mappatura, e la conseguente costruzione della rete applicando il modello dell'innovazione aperta con un approccio a quadrupla elica (WP1). Inoltre, genererà interesse e incoraggerà la partecipazione degli attori coinvolti nella rete costruita nel WP1, allargandola anche a nuovi attori. Diffonderà efficacemente le informazioni sulle attività, i loro obiettivi e i potenziali benefici in termini di aggiornamento dell'agritech e di miglioramento della sua sostenibilità economica a lungo termine e di sviluppo del business attraverso le PMI e altri potenziali beneficiari dell'ecosistema biotecnologico. Questo sforzo mira ad attrarre circa 3000 imprese a rispondere alla "Support for Innovation Open Call" e a raccogliere il sostegno tramite il meccanismo delle "Innovation Coins" (WP2).

Diffonderà i risultati: promuovendo la sensibilizzazione sulle condizioni quadro individuate per sostenere l'introduzione di soluzioni biotecnologiche che valorizzino i composti bioattivi di origine vegetale e sostenendo la loro più ampia adozione. Inoltre, faciliterà lo sviluppo di nuove catene del valore basate sulle biotecnologie, promuoverà il networking e la cooperazione tra gli stakeholder del mondo accademico, dell'industria e del settore pubblico, e favorirà l'innovazione, l'internazionalizzazione e la formazione di nuovi partenariati e accordi.

Spodbujanje sodelovanje v projektu: *stimulirati vključevanje in sodelovanje v transnacionalni razpravi, spodbujanje izmenjavo znanja in sodelovanje med akterji, vključenimi v fazo raziskovanja in kartiranja, ter posledično izgradnjo mreže z uporabo modela odprtih inovacij s pristopom štirikotnih vijačnic (WP1). Ustvarjanje zanimanja in spodbujati sodelovanje akterjev, vključenih v mrežo, zgrajeno v delovnem sklopu 1, ter jo razširiti na nove akterje. Učinkovito razširjanje informacije o dejavnostih, njihovih ciljih in morebitnih koristih v smislu nadgradnje agritech-a ter izboljšanja njene dolgoročne ekonomske trajnosti in poslovnega razvoja prek MSP in drugih potencialnih upravičencev biotehnološkega ekosistema. Namen te pobude je privabiti približno 3000 podjetij, da se odzovejo na javni razpis "Support for Innovation Open Call" za podporo prek mehanizma "Innovation Coins" (WP2).*

Razširjanje rezultatov: *z ozaveščanjem o opredeljenih okvirnih pogojih za podporo uvajanju biotehnoloških rešitev, ki krepijo bioaktivne spojine rastlinskega izvora, in podpiranje njihove širše uporabe. Omogočil bo tudi razvoj novih vrednostnih verig, ki temeljijo na biotehnologiji, spodbujal mreženje in sodelovanje med zainteresiranimi stranmi iz akademske sfere, industrije in javnega sektorja ter spodbujal inovacije, internacionalizacijo in sklepanje novih partnerstev in sporazumov.*

Gli sforzi di comunicazione mirano a incoraggiare il dialogo, lo scambio di conoscenze e la collaborazione per promuovere un cambiamento positivo nel campo del sistema agroalimentare (WP3).

Comunicazione Interna tra i Partner di Progetto

Un aspetto cruciale della comunicazione è quella interna tra i partner di progetto. Una comunicazione efficace e costante tra i partner è essenziale per il successo del progetto, garantendo il coordinamento delle attività, la condivisione tempestiva delle informazioni e il monitoraggio continuo dei progressi. L'attenzione a questo aspetto contribuirà a evitare malintesi e a migliorare la collaborazione tra i diversi attori coinvolti, assicurando che tutti siano allineati sugli obiettivi e sulle modalità di attuazione con una chiara visione dei ruoli all'interno della partnership e dei risultati attesi.

Strumenti per la Comunicazione Interna

Al fine di migliorare il flusso di lavoro del progetto, sono state stabilite alcune regole e strumenti di comunicazione tra i partner. E-mail di progetto, mailing list, sito web di progetto, repository condiviso e canale Microsoft Team, che saranno utilizzati per aumentare l'efficienza e ridurre i costi di viaggio e alloggio. Gli strumenti di comunicazione interna identificati sono i seguenti:

Cilj komunikacijskih prizadevanj je spodbujanje dialoga, izmenjave znanja in sodelovanja za spodbujanje pozitivnih sprememb na področju agroživilskega sistema (WP3).

Notranja komunikacija med projektnimi partnerji

Ključni vidik komunikacije je notranja komunikacija med projektnimi partnerji. Učinkovita in stalna komunikacija med partnerji je bistvena za uspeh projekta, saj zagotavlja usklajevanje dejavnosti, pravočasno izmenjavo informacij in stalno spremljanje napredka. Pozornost posvečena temu vidiku bo pomagala preprečiti nesporazume in izboljšati sodelovanje med različnimi vključenimi akterji, saj bo zagotovila, da so vsi usklajeni glede ciljev in metod izvajanja z jasnim razumevanjem vlog v partnerstvu in pričakovanih rezultatov.

Orodja za notranje komuniciranje

Da bi izboljšali potek dela na projektu, so bila določena nekatera pravila in orodja za komunikacijo med partnerji. Projektna elektronska pošta, poštni seznam, spletna stran projekta, skupni repozitorij in kanal Microsoft Team, ki se bodo uporabljali za povečanje učinkovitosti ter zmanjšanje stroškov potovanj in nastanitve. Opredeljena so naslednja notranja komunikacijska orodja :

BioTech2Agri

- Ogni partner attiverà un indirizzo email di progetto: **project-biotech2agri@<dominio del PP>**, a cui devono essere indirizzate in copia tutte le email scambiate tra i partner e tra essi e soggetti esterni, al fine di archiviare tutta la corrispondenza relativa al progetto.
- **Mailing list** e rubrica dei contatti di tutti i partner di progetto.
- **Un repository comune su Google Drive**, per poter caricare i documenti di lavoro e tutti quelli ufficiali, oltre che la corrispondenza tra LP e JS o altri organismi di programma.
- **Un canale MsTeams** tramite il quale è possibile scambiare documenti e fare incontri in video conferenza tra i partner di progetto.
- *Vsak partner bo aktiviral projektni elektronski naslov: **project-biotech2agri@<domena PP>**, na katerega bo treba nasloviti vsa elektronska sporočila, ki si jih izmenjujejo partnerji ter partnerji in zunanje stranke, da se arhivira vsa korespondenca v zvezi s projektom.*
- **seznam naslovnikom** in imenik vseh projektnih partnerjev.
- **Skupni repozitorij na Google Drive** za nalaganje delovnih dokumentov in vseh uradnih dokumentov ter korespondence med LP in JS ali drugimi organi programa.
- **Kanal MsTeams**, prek katerega si lahko projektni partnerji izmenjujejo dokumente in organizirajo videokonference.

Comunicazione Esterna

Pubblico di Riferimento

Il progetto BioTech2Agri si rivolge a diversi gruppi target eterogenei. L'approccio comunicativo sarà basato su una chiara comprensione del ruolo di ciascun gruppo target all'interno del progetto.

I target group identificati dal progetto sono:

- Autorità pubbliche locali
- Autorità pubbliche regionali
- Agenzie settoriali
- Istituti di istruzione superiore e di ricerca
- PMI
- Organizzazione di supporto alle imprese
- Pubblico in generale
- Gruppi di interesse, comprese le ONG
- Altro
- *Lokalni javni organi*
- *Regionalni javni organi*
- *Sektorske agencije*
- *Visokošolske in raziskovalne organizacije*
- *Mala in srednja podjetja*
- *Organizacija za podporo podjetjem*
- *Splošna javnost*
- *Interesne skupine, vključno z nevladnimi organizacijami*
- *Drugi*

Zunanja komunikacija

Ciljna publika

Projekt BioTech2Agri je namenjen več heterogenim ciljnim skupinam. Komunikacijski pristop bo temeljil na jasnem razumevanju vloge posamezne ciljne skupine v projektu.

Ciljne skupine, opredeljene v projektu, so:

Per garantire una comunicazione efficace, è essenziale fornire le informazioni corrette al pubblico giusto, nel momento e nel formato opportuno. La mappatura degli stakeholder, ossia i gruppi target identificati dal progetto, è cruciale per il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Ogni partner sarà responsabile della mappatura degli stakeholder nei rispettivi territori, sotto la supervisione del LP.

Il coinvolgimento dei target group avverrà con strumenti tradizionali come newsletter, brochure, poster informativi e volantini che saranno combinati con strumenti multicanale innovativi come i social media e video, per coinvolgere la comunità e favorire la partecipazione digitale.

Attività di comunicazione e Cronoprogramma

Piano di comunicazione e Media package

D.1.2.3	Media package per disseminare risultati progetto. In linea con l'identità visiva del Programma, cartella digitale prodotta da PP5 per tutti i PP: Piano di comunicazione con campagna di comunicazione generale e focalizzata sui gruppi target e sulle attività; modelli e immagini da utilizzare;	Periodo 1, 1 - 6
---------	---	------------------

Da bi zagotovili učinkovito komunikacijo, je bistvenega pomena posredovati pravo informacijo pravemu občinstvu, ob pravem času in v pravi obliki. Za dosego zastavljenih ciljev je ključnega pomena kartiranje deležnikov, tj. ciljnih skupin, opredeljenih v projektu. Vsak partner bo odgovoren za kartiranje deležnikov na svojem ozemlju pod nadzorom LP.

Vključevanje ciljnih skupin bo potekalo s tradicionalnimi orodji, kot so glasila, brošure, informativni plakati in letaki, ki bodo kombinirani z inovativnimi večkanalnimi orodji, kot so družbeni mediji in videoposnetki, da bi vključili skupnost in spodbudili digitalno sodelovanje.

Komunikacijske dejavnosti in časovni razpored

Komunikacijski načrt in paket za medije

D.1.2.3	Medijski paket za razširjanje rezultato projekta. V skladu z vizualno identiteto programa digitalna mapa, ki jo pripravi PP5 za vse PP: komunikacijski načrt s splošno komunikacijsko kampanjo in kampanjo osredotočeno na ciljne skupine in dejavnosti; predloge in slike za uporabo;	Obdobje 1, 1 - 6
---------	--	------------------

Eventi

D.1.2.1	n.2 Workshop: n.1 in Italia, n.1 in SLO, in cui verranno indicate ipotesi di percorsi su cui sviluppare ulteriori collaborazioni. Tutti gli attori mappati saranno invitati a partecipare, così come il pubblico in generale.	Periodo 2, 7-12
D.2.3.2	n.1 evento transfrontaliero dedicato ai beneficiari delle "Innovation Coins"; tenuto in Italia	Periodo 4 mese 19-24
D.3.2.2	n.4 conferenze (2 in Italia, 2 in Slovenia) per diffondere i risultati del progetto e promuovere l'esistenza degli "Acceleratori delle Catene del Valore Biotech" e del "Meccanismo di Supporto all'Innovazione".	Periodo 4, 19 - 24

Dogodki

D.1.2.1	št.2 delavnici: št. 1 v Italiji, št. 1 v SLO, na katerih bodo nakazane hipoteze o poteh za razvoj nadaljnega sodelovanja. K sodelovanju bodo povabljeni vsi mapirani akterji in širša javnost.	Obdobje 2, 7-12
D.2.3.2	št.1. čezmejni dogodek posvečen upravičenci do "Innovation Coins" potekal v Italiji	Obdobje 4 mesec 19-24
D.3.2.2	Št. 4 konference (2 v Italiji, 2 v Sloveniji) za razširjanje rezultatov projekta in promocijo obstoj "pospeševalnikov biotehnoške vrednostne verige" in "mehanizma za podporo inovacijam".	Obdobje 4, 19-24

Video:

D.3.1.2	n.1 video per spiegare il quadro del "Meccanismo di Supporto all'Innovazione" fornendo dettagli sui suoi risultati	Periodo 4, 19-24
---------	--	------------------

Videoposnetek:

D.3.1.2	Št. 1 videoposnetek z razlago okvira "Mehanizma za podporo inovacijam" s podrobnostmi o njegovih dosežkih	Obdobje 4, 19-24
---------	---	------------------

Campagna di promozione Bando

D.2.2.2	Piano di strategia di coinvolgimento PDF contenente piano operativo da distribuire ai partner, in linea con il piano di comunicazione WP1. Contiene modelli e testi per newsletter e campagne sui social media.	Periodo 2, 7 - 12
---------	---	-------------------

Promocijska kampanja Obvestilo

D.2.2.2	Načrt strategije vključevanja PDF z operativnim načrtom, ki se razdeli partnerjem v skladu s komunikacijskim načrtom WP1. Vsebuje predloge in besedila za glasila in kampanje v družbenih medijih.	Obdobje 2, 7-12
---------	--	-----------------

Pubblicazione dei contenuti sui social e web di progetto

	Pagine Facebook, LinkedIn e Youtube saranno aperti per promuovere il progetto, insieme al sito Web di progetto. Tutti i contenuti verranno aggiornati regolarmente e prodotti almeno in italiano e sloveno con un linguaggio facile da comprendere, per condividere ampiamente le informazioni sui progressi del progetto in brevi aggiornamenti e pillole informative. Con cadenza semestrale verrà pubblicata una newsletter con il materiale fornito dai PP.	Periodo 1- 4
--	---	--------------

Objava vsebine na družabnih in spletnih straneh projekta

	<i>Za promocijo projekta bodo odprte strani na Facebooku, LinkedInu in YouTubu ter spletna stran projekta. Vse vsebine se bodo redno posodabljale in pripravljale vsaj v italijanščini in slovenščini v lahko razumljivem jeziku, da bi se informacije o napredku projekta na široko delile v obliki kratkih posodobitev in informacijskih tablet. Vsakih šest mesecev bo objavljeno glasilo z gradivom, ki ga bodo zagotovile PP.</i>	Obdobje 1- 4
--	--	--------------

Materiale promozionale: brochure e i dépliant Roll-up.

	Materiali promozionali ecologici saranno prodotti in conformità con le regole di comunicazione e visibilità di Interreg Italia - Slovenia	Periodo 1- 4
--	---	--------------

Promocijsko gradivo: brošure in Roll-up letaki.

	<i>Ekološki promocijski materiali bodo izdelani v skladu s pravili komuniciranja in prepoznavnosti programa Interreg Italija-Slovenija.</i>	Obdobje 1- 4
--	---	--------------

IDENTITA' VISIVA

Il Programma Italia Slovenia ha definito la strategia del programma e le regole per l'identità visiva.

Tutte le indicazioni per l'utilizzo del logo e dei materiali promozionali sono incluse nelle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di informazione e comunicazione a livello di progetto sul sito del Programma Interreg V-A Italia-Slovenia. Il documento contenente le linee guida verrà reso disponibile a tutti i PP tramite la cartella condivisa su repository del progetto dedicata ai materiali della comunicazione.

Informazioni di base:

- Il logo di progetto deve essere posizionato in cima alla pagina, sul lato sinistro;
- La larghezza del logo non può essere inferiore a 38,1 mm per i formati A4 ed A5 e di 35,1 mm per il formato business card;
- Se utilizzato assieme ad altri loghi, l'altezza di questi deve essere minore rispetto alla bandiera europea
- Il font ufficiale del Programma è Open Sans. Il suo utilizzo per i documenti di progetto è consigliato ma non obbligatorio
- Tutto il materiale destinato al pubblico deve essere prodotto sia in lingua italiana che slovena.

Il LP ha condiviso con i partner il logo di progetto fornito dal Programma che sarà disponibile nel repository condiviso dedicato alla comunicazione.

VIZUALNA IDENTITETA

Program Italia Slovenia je določil programsko strategijo in pravila za vizualno identiteto.

Vse navedbe za uporabo logotipa in promocijskega gradiva so vključene v Navodila za uporabo vizualne identitete za izvajanje informacijskih in komunikacijskih dejavnosti na ravni projekta na spletni strani programa Interreg V-A Italia-Slovenia. Dokument s smernicami bo na voljo vsem PP prek skupne mape v projektnem repozitoriju, namenjene komunikacijskemu gradivu.

Osnovne informacije:

- Logotip projekta mora biti nameščen na vrhu strani na levi strani;
- Širina logotipa ne sme biti manjša od 38,1 mm za formata A4 in A5 ter 35,1 mm za format vizitke;
- Če se uporabljajo skupaj z drugimi logotipi, morajo biti ti manjši od višine evropske zastave.
- Uradna pisava programa je Open Sans. Njena uporaba v projektnih dokumentih je priporočljiva, vendar ni obvezna.
- Vse gradivo, namenjeno javnosti, mora biti pripravljeno v italijanskem in slovenskem jeziku.

LP je s partnerji delil logotip projekta, ki ga je zagotovil program in bo na voljo v skupnem komunikacijskem repozitoriju.

I seguenti modelli e materiali promozionali verranno progettati per essere utilizzati per la comunicazione esterna.

- Agenda
- Documento Word
- Foglio presenze
- Presentazione power point
- Formato del comunicato stampa
- Roll-up
- Poster
- Block notes

La newsletter, le brochure e i dépliant saranno progettati e i template saranno resi disponibili sulla cartella condivisa con tutti i PP.

Al fine di rispettare le regole di Programma ai partner è richiesto di condividere con PP5 – “Project Communication manager” ulteriore materiale e di attendere l'approvazione prima di pubblicarlo.

STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE ESTERNA

Sito internet

Il principale strumento è il sito del Progetto (www.ita-slo.eu/biotech2agri) che verrà costantemente aggiornato in lingua italiana, slovena e inglese.

Naslednje predloge in promocijsko gradivo bodo namenjeni uporabi za zunanjo komunikacijo.

- Dnevni red
- Dokument Word
- Lista prisotnosti
- Predstavitev v Power Pointu
- Oblika sporočila za javnost
- Roll-up
- Plakat
- Block notes

Glasilo, brošure in letaki bodo oblikovani, predloge pa bodo na voljo v mapi, ki si jo bodo delili vsi PP.

Zaradi skladnosti s pravili programa morajo partnerji dodatno gradivo posredovati PP5 – “Project Communication manager” in počakati na odobritev, preden ga objavijo.

ORODJA ZA ZUNANJO KOMUNIKACIJO

Spletna stran

Glavno orodje je spletna stran projekta (www.ita-slo.eu/biotech2agri), ki se bo stalno posodabljala v italijanskem, slovenskem in angleškem jeziku.

Social media

Sono stati attivati 2 profili social uno in FaceBook ed uno in LinkedIn con lo stesso hashtag (#biotech2agri e con lo stesso tag (@biotech2agri).

Se un partner utilizza il proprio profilo per parlare del progetto deve utilizzare del tag del progetto.

Per ogni annuncio pubblico o post diffuso, in accordo con le linee guida sulla comunicazione del programma Interreg, deve essere presente la dicitura: "Il progetto biotech2agri è finanziato dal Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027,, e "Projekt financira program Interreg VI-A Italija-Slovenija 2021-2027 o @InterregITASLO;

Nei post pubblicati nei social del progetto o dei PP, devono essere inseriti l'hashtag del progetto **#biotech2agri** e quello del programma **#InterregITASLO**

Il PP5 è responsabile dell'aggiornamento delle pagine social del progetto e tutti i PP contribuiscono attivamente alla diffusione. A tale scopo i partner del progetto devono segnalare al PP5 eventuali account social per poterli citare agevolmente nei post. È stato creato inoltre un canale YouTube per poter caricare video da condividere poi sui vari social e sul sito.

I partner invieranno ogni mese al PP5 un aggiornamento riguardante le attività svolte nell'ambito del progetto, le informazioni verranno utilizzate per le attività di comunicazione esterna; tali informazioni dovranno essere riportate in un apposito modulo che verrà reso disponibile nel repository condiviso.

Družbeni mediji

Aktivirana sta bila dva socialna profila, eden na FaceBooku in drugi na LinkedInu, z istim hashtagom (#biotech2agri in z isto oznako (@biotech2agri).

Če partner v svojem profilu govori o projektu, mora uporabiti oznako projekta.

V vsako javno objavo ali razširjeno sporočilo je treba v skladu s komunikacijskimi smernicami programa Interreg vključiti naslednje besedilo: " Il progetto biotech2agri è finanziato dal Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027,, in "Projekt financira program Interreg VI-A Italija-Slovenija 2021-2027 ali @InterregITASLO;

*V objavah, objavljenih na družbenih medijih projekta ali PP, morata biti vključena hashtag projekta **#biotech2agri** in hashtag programa **#InterregITASLO**.*

PP5 je odgovoren za posodabljanje družbenih strani projekta, vsi PP pa dejavno prispevajo k razširjanju informacij. V ta namen morajo projektni partnerji PP5 obvestiti o vseh družabnih računih, da jih lahko brez težav omenijo v svojih objavah.

Poleg tega je bil ustvarjen kanal YouTube, za nalaganje videoposnetkov in deljenje na različnih družabnih omrežjih in na spletni strani.

Partnerji bodo PP5 vsak mesec poslali najnovejše informacije o dejavnostih, ki se izvajajo v okviru projekta; informacije se bodo uporabljale za dejavnosti zunanjega komuniciranja; te informacije bo treba sporočiti v posebnem obrazcu, ki bo na voljo v skupnem repozitoriju.

Newsletter

Le newsletter sono preparate con il contenuto fornito dai singoli partner.

Poster, Roll-up, depliant e brochure

Anche se la versione digitale è fortemente consigliata, è possibile stampare materiale di progetto per gli eventi. E' prevista la realizzazione di almeno 2 Roll-up con materiale di origine vegetale e totalmente biodegradabile.

Piano Editoriale per i Social

6 presentazioni dei partner
6 presentazioni dei partner associati,
Contenuti: post presentazione dei partner -
testo e fotografie

Animazione digitale

Post: almeno due post al mese con testo e immagini con il contenuto fornito dai singoli partner.

Eventi

post: almeno 2 post per ogni evento; 1 prima e 1 dopo l'evento.

La frequenza sarà definita in base al calendario.

Le comunicazioni verranno strutturate in questo modo:

- 15 giorni prima dell'evento: SAVE THE DATE
- Entro 5 giorni dall'evento post con almeno 2 foto da pubblicare sul sito di progetto e social del progetto, condiviso sui social dei partner.

Glasilo

Glasila se pripravljajo na podlagi vsebine, ki jo zagotovijo posamezni partnerji.

Plakati, roll-up, letaki in brošure

Čeprav je digitalna različica zelo priporočljiva, je mogoče projektno gradivo za dogodke natisniti. Načrtovana sta vsaj 2 roll-upa z materialom rastlinskega izvora, ki je popolnoma biorazgradljiv.

Uredniški načrt za socialo

6 predstavitev partnerjev
6 predstavitev pridruženih partnerjev,
Vsebina: post predstavitev partnerjev-
besedilo in fotografije

Digitalna animacija

Objave: vsaj dve objavi na mesec z besedilom in slikami z vsebino, ki jo zagotovijo posamezni partnerji.

Dogodki

objave: vsaj 2 objavi na dogodek; 1 pred dogodkom in 1 po dogodku.

Pogostost bo določena v skladu s koledarjem.

Komunikacija bo strukturirana na ta način:

- 15 dni pred dogodkom: SAVE THE DATE
- V petih dneh po dogodku objavite objavo z vsaj dvema fotografijama na spletni strani projekta in na družbenih omrežjih partnerjev.

Presentazione dei deliverable di progetto

I diversi deliverable di progetto una volta prodotti, verranno pubblicati su sito web di progetto. Se previsto, diffusi tramite post su social di progetto e dei partner.

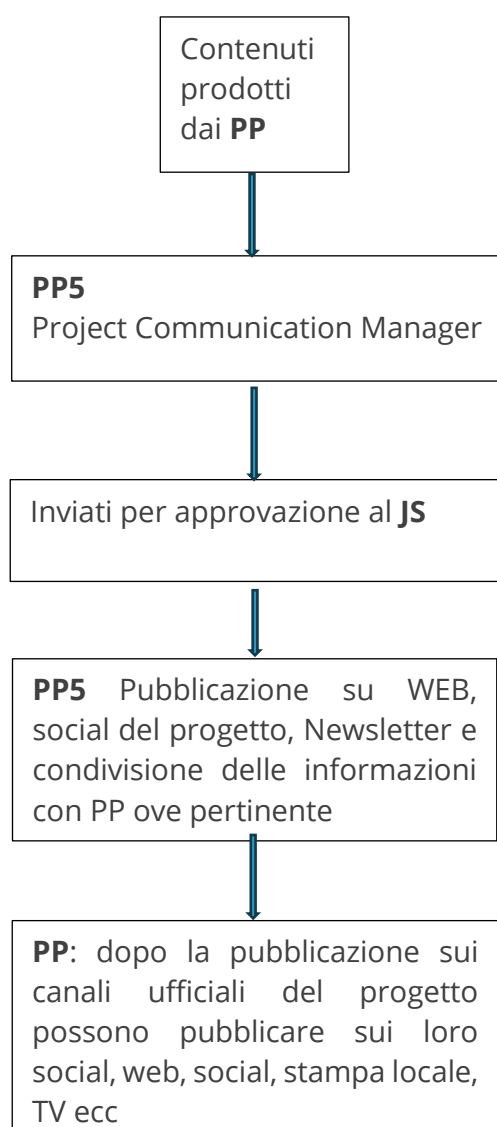
Predstavitev rezultatov projekta

Različni projektni rezultati bodo po pripravi objavljeni na spletni strani projekta. in, če je predvideno, razširjanje prek objav v družabnih medijih projekta in partnerjev.

Workflow per la pubblicazione dei contenuti

In accordo con le indicazioni del programma il PP5 supervisionerà ogni materiale prodotto da qualsiasi partner che verrà pubblicato, sinteticamente il flusso è questo.

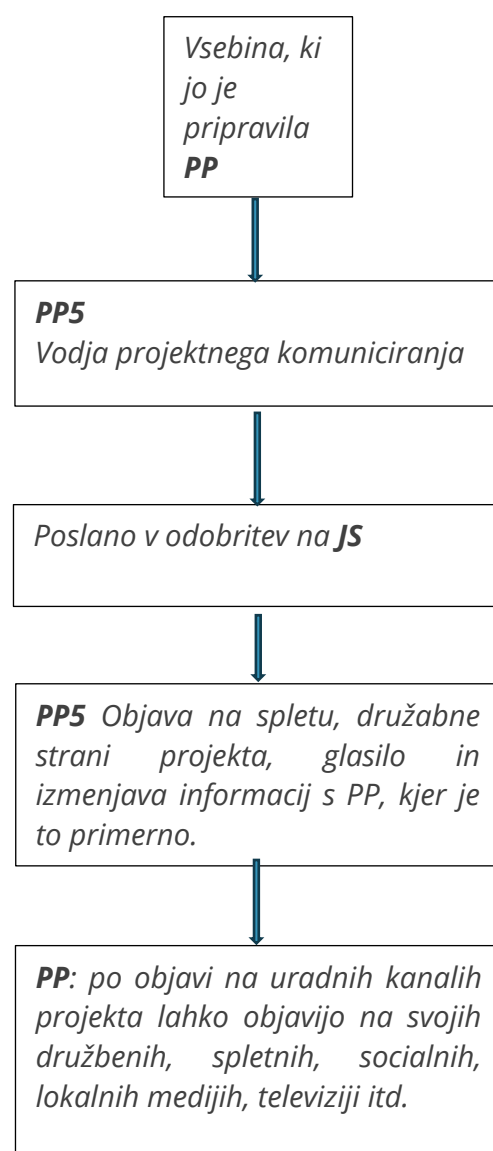
Tutte le domande sulla comunicazione devono essere inoltrate al PP5, che per quelle più complesse le inoltrerà al JS.



Potek dela za objavo vsebine

V skladu z navodili programa bo PP5 nadzoroval ves material, ki ga bo pripravil kateri koli partner za objavo, skratka potek je nasledni.

Vsa vprašanja o komunikaciji je treba posredovati skupini PP5, ki jih bo v primeru bolj zapletenih vprašanj posredovala JS.



Risultati Attesi e indicatori

Azioni	Risultati attesi
Comunicazione interna	Comunicazione tra i partner più fluida e in tempo reale. - Utilizzo repository comune su GoogleDrive per i documenti - Utilizzo canale MS Teams per lo scambio di informazioni e videoconferenze. - Utilizzo di rubrica con i contatti di tutti i PP
Comunicazione Esterna	
Aggiornamento social Web	Almeno 300 "mi piace" sulla pagina Facebook, 100 follower su LinkedIn. 200 "mi piace" ai post su Facebook/notizie su LinkedIn 1 video pubblicato su YouTube, con sotto titoli in italiano e sloveno - Pubblicazione di almeno 4 newsletter nelle due lingue del progetto: Italiano e Sloveno 12 post di presentazione dei partner e partner associati 48 post su attività di progetto e tematiche inerenti il progetto.

Pričakovani rezultati in kazalniki

Ukrepi	Pričakovani rezultati
Notranja komunikacija	Bolj tekoča komunikacija med partnerji v realnem času. - Za dokumente uporaba skupnega repozitorija v storitvi GoogleDrive - Uporaba kanala MS Teams za izmenjavo informacij in videokonference. - Uporaba imenika s kontakti vseh PP
Zunanje komuniciranje	
Posodobitev družabnega spleta	Vsaj 300 všečkov na Facebooku strani, 100 sledilcev na LinkedInu. 200 "všečkov" za objave na Facebooku/novicah na LinkedInu. 1 videoposnetek, objavljen na YouTube, s podnapisi v italijanščini in slovenščini. - Objava vsaj 4 glasil v dveh jezikih projekta: italijanščini in slovenščini. 12 objav ki predstavljajo partnerje in pridružene partnerje 48 objav o projektnih dejavnostih in temah povezanih s projektom.

Stampa, TV	Almeno 4 articoli : • 2 relativi ai workshop 1 su media italiani e 1 su media Sloveni • 2 articoli per "Support for Innovation Open Call": uno su media italiani ed 1 su media sloveni
------------	--

Mediji, televisione	Vsaj 4 članki : • 2 v zvezi z delavnicami, 1 v italijanskih medijih in 1 v slovenskih medijih • 2 članka za "Support for Innovation Open Call": eden v italijanskih in eden v slovenskih medijih
---------------------	--

MONITORAGGIO

I Partner sono tenuti ad aggiornare il Project Communication Manager con sufficiente anticipo prima di ogni evento, per consentire una corretta pianificazione della campagna di comunicazione. Dopo l'evento è necessario inviare il foglio presenze, immagini, articoli e ogni altro materiale utile per poter valutare il raggiungimento del target.

Ogni 6 mesi, i partner devono fornire feedback utilizzando il modello fornito dal PP5, disponibile nel repository del progetto nella cartella dedicata alla comunicazione. Il feedback deve riguardare i post pubblicati sui social media o nella stampa locale, indicando la data e il link dell'articolo o del post. Questo vale anche per i post della pagina del progetto condivisi nelle pagine dei partner.

MONITORIRANJE

Partnerji morajo pred vsakim dogodkom dovolj vnaprej obvestiti vodjo komuniciranja projekta, da se omogoči pravilno načrtovanje komunikacijske kampanje. Po dogodku je potrebno poslati listo prisotnosti, slike, članke in drugo uporabno gradivo, da se oceni, ali je bil cilj dosežen.

Vsaki šest mesecev morajo partnerji zagotoviti povratne informacije z uporabo predloge, ki jo zagotovi PP5 in je na voljo v repozitoriju projekta v mapi za komunikacijo. Povratne informacije se morajo nanašati na objave, objavljene v družbenih medijih ali lokalnem tisku, z navedbo datuma in povezave do članka ali objave. To velja tudi za objave na strani projekta, ki se delijo na straneh partnerjev.