

**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

CLIMASAFE

ITA-SI0800340

CLIMASAFE

Piano di comunicazione

Versione 2.0

Lingua del modulo: IT

Lingua di inserimento: IT

Valuta: EUR

Il progetto CLIMASAFE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt CLIMASAFE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

www.ita-slo.eu/climasafe

Contenuto

| | |
|---|----|
| 1. INTRODUZIONE | 3 |
| 2. OBIETTIVI | 3 |
| 3. STRATEGIA PROMOZIONALE | 5 |
| 4. COMUNICAZIONE INTERNA E STRUMENTI | 8 |
| 5. COMUNICAZIONE ESTERNA E STRUMENTI PROMOZIONALI | 10 |
| 6. IMMAGINE COORDINATA DEL PROGETTO | 13 |
| 7. COMPITI DEI PARTNER | 21 |
| 8. INDICATORI DI MONITORAGGIO | 22 |
| 9. CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE | 24 |
| 10. COMUNICAZIONE | 25 |
| 11. CONCLUSIONE | 28 |

1. INTRODUZIONE

Il progetto Gestione dei fenomeni climatici estremi e resilienza: strategie e strumenti per le PMI ad alta intensità energetica, ovvero CLIMASAFE è nato in risposta ai fenomeni climatici sempre più frequenti e intensi che hanno un impatto significativo sull'area transfrontaliera tra Italia e Slovenia e minacciano la resilienza economica, in particolare delle piccole e medie imprese (PMI) ad alto consumo energetico. Con il suo approccio integrato, il progetto combina lo sviluppo di strumenti innovativi, come l'indice di rischio climatico e una piattaforma digitale avanzata, con azioni pilota che consentono di testare le soluzioni in contesti reali.

Il piano di comunicazione CLIMASAFE è uno strumento fondamentale per il raggiungimento di questi obiettivi. Il suo ruolo è quello di aumentare la visibilità del progetto, rafforzare la consapevolezza dei rischi climatici e promuovere l'uso delle soluzioni sviluppate in un contesto economico e sociale più ampio. Il piano si basa su approcci digitali e partecipativi che consentono il coinvolgimento diretto degli stakeholder, la formazione degli utenti e il trasferimento di conoscenze e buone pratiche a livello transfrontaliero.

Insieme ai partner, rispetteremo rigorosamente in tutte le attività e nei materiali di comunicazione i requisiti del regolamento (UE) n. 2021/1059 in materia di visibilità, trasparenza e riconoscibilità del cofinanziamento europeo. Tutte le comunicazioni saranno conformi al Manuale di progettazione del marchio Interreg 2021-2027: <https://archive.interact.eu/library/interreg-brand-design-manual-2021-2027/pageflip> e alle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di comunicazione e di visibilità dei Progetti disponibile sul sito web del Programma: <https://www.ita-slo.eu/it/visual-identity>. Particolare attenzione sarà prestata all'uso coerente dei loghi, all'etichettatura dei contenuti e al rispetto dei principi della comunicazione verde.

Il presente documento rappresenta le linee guida fondamentali, gli obiettivi, gli strumenti e le attività con cui la comunicazione del progetto contribuirà a una maggiore resilienza delle imprese e delle comunità, in linea con gli obiettivi del programma Interreg Italia-Slovenia e con il Green Deal europeo.

2. OBIETTIVI

L'obiettivo del progetto CLIMASAFE è quello di sviluppare soluzioni innovative per ridurre la vulnerabilità e rafforzare la capacità delle imprese e delle comunità di adattarsi ai cambiamenti climatici, gestire efficacemente gli eventi estremi e migliorare la resilienza del territorio. Attraverso l'analisi congiunta, le azioni pilota e i modelli replicabili, il progetto contribuisce all'obiettivo 2.4 migliorando la resilienza, la cooperazione transfrontaliera e la sostenibilità delle risposte mirate ai rischi climatici specifici e comuni.

La piattaforma digitale sarà modulare e flessibile e consentirà estensioni ad altri settori politici, come la gestione degli edifici pubblici (centri sanitari, scuole, università) e settori economici sensibili, come il turismo. Il progetto offre quindi strumenti concreti per la valutazione dei rischi climatici e l'ottimizzazione dell'uso delle risorse, aumentando la resilienza dell'intero spazio sociale ed economico.

L'indice dei rischi climatici sarà accessibile, aggiornato e ripetibile, consentendone l'utilizzo per analisi anche al di fuori dell'ambito del progetto. Saranno fornite istruzioni chiare e materiale di e per aiutare i settori e i territori non direttamente coinvolti a sfruttare queste innovazioni.

Le attività di comunicazione avranno un ruolo fondamentale nel garantire la diffusione dei risultati. Il materiale (brochure, video) sarà disponibile in sloveno e italiano e, su richiesta, anche in inglese per un pubblico internazionale. Le presentazioni pubbliche e i workshop saranno momenti chiave per lo scambio di conoscenze, la presentazione degli strumenti e l'acquisizione di nuovi interessati.

I partner si impegnano a promuovere i risultati in occasione di eventi a tutti i livelli: locale, nazionale e internazionale. Durante l'evento finale saranno presentati i principali risultati, le buone pratiche e le potenzialità di trasferimento. Saranno inoltre inclusi elementi per il trasferimento sostenibile delle conoscenze (pacchetti informativi, accessibilità online, testimonianze degli utenti).

La Camera dell'Artigianato e dell'Imprenditoria della Slovenia (OZS), in qualità di coordinatore della comunicazione, condurrà una campagna di comunicazione per promuovere i risultati del progetto e sensibilizzare le PMI e le autorità locali sull'importanza della resilienza ai cambiamenti climatici. La campagna comprenderà contenuti digitali, aggiornamenti sui social media e materiale informativo che raggiungerà un pubblico ampio e diversificato. I principali risultati del progetto rimarranno quindi strumenti utili e importanti per l'area transfrontaliera, promuovendo una maggiore resilienza climatica ed energetica.

Le attività di comunicazione e promozione del progetto CLIMASAFE mirano a sostenere in modo integrato il raggiungimento degli obiettivi del progetto, con particolare attenzione a:

- **sensibilizzazione** dei principali gruppi target sulla vulnerabilità delle piccole e medie imprese (PMI) ai fenomeni climatici estremi e sull'importanza della loro resilienza,
- **a una maggiore visibilità** del progetto a livello locale, regionale, transfrontaliero ed europeo,
- **promozione della cooperazione** tra attori transfrontalieri, PMI, organizzazioni di sostegno, istituti di ricerca e autorità pubbliche,
- **diffusione dei risultati e degli strumenti** del progetto (indice dei rischi climatici, piattaforma digitale, strategia di resilienza) ai fini di un utilizzo duraturo dopo la conclusione del progetto,
- **formazione degli utenti** affinché possano utilizzare autonomamente gli strumenti e integrare le misure nelle loro attività.

L'approccio comunicativo generale del progetto CLIMASAFE mira a promuovere un impatto duraturo nell'area transfrontaliera sensibilizzando i gruppi target sui rischi climatici e incoraggiando l'adozione delle soluzioni sviluppate. La comunicazione è una leva strategica per garantire che i risultati del progetto, come la piattaforma digitale e la strategia comune, siano ampiamente conosciuti e utilizzati.

Il piano, coordinata dall'OZS, comprende strumenti digitali, eventi partecipativi e materiale promozionale, sfruttando le reti esistenti dei partner di progetto (PP) per ottenere la massima efficacia. Il compito dell'OZS è quello di elaborare un piano di comunicazione che definisca con precisione gli obiettivi, i compiti, gli strumenti e il calendario e garantisca la conformità alle norme di visibilità del programma Interreg ITA-SLO.

La comunicazione sarà integrata nei diversi gruppi di lavoro del progetto, in particolare nelle attività di discussione tecnica (AKT3.1), sperimentazione (AKT3.2) e formazione e sensibilizzazione (AKT3.3), dove saranno allestiti angoli di comunicazione o pacchetti digitali di materiale informativo. Il contenuto di questi eventi comprenderà messaggi di comunicazione concisi e facilmente comprensibili.

La comunicazione digitale sarà alla base del piano, con sezioni dedicate sui siti web dei partner e delle organizzazioni associate e pubblicazioni regolari sui social network (almeno 120 pubblicazioni durante la durata del progetto). Saranno inclusi anche hashtag per aumentare la tracciabilità e la riconoscibilità dei contenuti.

Una particolarità del progetto saranno le sessioni digitali di co-creazione con le PMI e le parti interessate durante i workshop AKT3.3. Queste consentiranno una partecipazione attiva alla definizione delle strategie di resilienza e alla convalida della piattaforma e saranno accompagnate da sondaggi post-evento.

Per garantire l'efficacia della comunicazione, saranno utilizzati indicatori chiave di performance quali: numero di partecipanti agli eventi, coinvolgimento sui social network, quantità di materiale distribuito e feedback raccolti. Tutto ciò sarà incluso nelle relazioni semestrali al comitato di gestione, consentendo un adeguamento continuo della strategia e un aumento dell'efficacia della comunicazione.

3. STRATEGIA PROMOZIONALE

2.1 Analisi dei gruppi target

Per elaborare una strategia promozionale efficace è fondamentale conoscere a fondo i gruppi target. È necessario definire e segmentare chiaramente i gruppi destinatari delle attività di comunicazione e comprenderne le esigenze, le sfide e gli interessi specifici. In questo modo, il progetto può offrire ai gruppi target gli strumenti e le soluzioni adeguati per raggiungere i loro obiettivi e superare i rischi climatici.

L'analisi dei gruppi target è stata presentata in dettaglio nella domanda di partecipazione al progetto. Di seguito è riportata una sintesi dei principali gruppi target e del loro ruolo:

- **PMI ad alto consumo energetico:** rappresentano il principale gruppo target del progetto. A causa del loro elevato consumo energetico, sono estremamente esposti ai rischi climatici (ondate di calore, gelate, inondazioni) e di conseguenza vulnerabili a interruzioni dell'approvvigionamento, danni alle infrastrutture e aumento dei costi. Il progetto offre loro strumenti concreti (indice di rischio, piattaforma digitale, soluzioni personalizzate) che consentono una migliore pianificazione strategica e un adeguamento operativo.
- **Istituzioni pubbliche (locali, regionali):** fondamentali per l'elaborazione delle politiche ambientali ed energetiche e per la creazione di un contesto favorevole alle PMI. I risultati del progetto (analisi, linee guida, raccomandazioni) consentono loro di sviluppare strategie efficaci per aumentare la resilienza dell'economia locale e del territorio.
- **Organizzazioni di sostegno alle imprese:** (ad esempio, camere di commercio e dell'artigianato, incubatori di imprese, agenzie per l'energia) sono un importante intermediario tra il progetto e le imprese. Partecipano alla diffusione dei risultati, all'organizzazione di eventi e forniscono sostegno alle PMI nell'utilizzo degli strumenti del progetto.
- **Istituzioni di ricerca e formazione:** partecipano allo sviluppo e alla sperimentazione degli strumenti e preparano contenuti e programmi formativi. Il loro ruolo è fondamentale per il trasferimento delle conoscenze e la formazione degli utenti finali.
- **Organizzazioni non governative:** attivamente coinvolte in tematiche ambientali e climatiche. Possono contribuire a diffondere i messaggi del progetto, partecipare alla sensibilizzazione dell'opinione pubblica e collegare il progetto ad altre iniziative simili.
- **Pubblico in generale e media:** coinvolti indirettamente attraverso campagne di sensibilizzazione e pubblicazioni sui media. Il loro sostegno contribuisce alla comprensione sociale dell'importanza della resilienza climatica, in particolare in relazione alla sicurezza energetica, all'economia locale e alla sostenibilità.
- Tra gli attori importanti figurano anche le reti europee e transfrontaliere (ad esempio Gruppi europei di cooperazione territoriale – GECT) e le organizzazioni che sostengono l'innovazione e la sostenibilità nelle PMI. Il loro ruolo è fondamentale per promuovere i risultati del progetto a livello europeo e per rafforzare le sinergie tra progetti con obiettivi simili.

2.2 Analisi SWOT

Punti di forza:

- un indice innovativo dei rischi climatici e una piattaforma digitale,
- un partenariato forte e diversificato,
- un approccio transfrontaliero con competenze complementari.

Punti deboli:

- la complessità dei contenuti può rendere difficile la comprensione da parte delle PMI,
- rischio di sovraccarico di dati.

Opportunità:

- crescente importanza della resilienza climatica nelle politiche dell'UE,
- opportunità di diventare un modello di riferimento per altre regioni.

Minacce:

- saturazione di progetti europei con obiettivi simili,
- resistenza delle PMI al cambiamento e all'innovazione.

2.3 Strategia di promozione

Sulla base delle analisi sopra descritte, la strategia di promozione del progetto CLIMASAFE si concentrerà su un marketing mirato e incentrato sui contenuti, che metterà in evidenza la capacità del progetto di rispondere alle esigenze e alle sfide specifiche dei singoli gruppi target. L'accento sarà posto sulla preparazione di articoli, contributi specialistici, video e infografiche che forniranno informazioni utili, comprensibili e direttamente applicabili.

L'obiettivo è quello di incoraggiare i gruppi target a seguire regolarmente il progetto, non solo durante gli eventi, ma per tutta la sua durata. In questo modo, gli stakeholder si trasformeranno gradualmente in sostenitori attivi del progetto – ambasciatori della resilienza climatica e degli approcci sostenibili – contribuendo alla visibilità e all'efficacia a lungo termine dei risultati anche dopo la fine del finanziamento.

La strategia di promozione si baserà su contenuti diversificati e adattati ai singoli gruppi di utenti (PMI, istituzioni pubbliche, organizzazioni di sostegno, settore dell'istruzione, ecc.) e comprenderà anche forme di comunicazione reattive e partecipative (ad esempio domande e risposte, interviste, esempi di buone pratiche):

- **marketing di contenuto** orientato ai contenuti, incentrato su informazioni adattate ai singoli gruppi target,
- creazione di **flussi informativi**: sito web, newsletter, contenuti video, contributi sui media,
- **coinvolgimento** attivo degli stakeholder attraverso eventi, interviste, workshop,
- **comunicazione mirata** con il pubblico attraverso la presentazione di esempi di buone pratiche.

Il materiale promozionale comprende:

- un poster per ciascun partner,
- brochure bilingue sugli obiettivi e le soluzioni del progetto,
- video di presentazione delle piattaforme digitali che saranno utilizzati durante gli eventi e condivisi online.

Un ruolo particolare nella comunicazione sarà svolto dalle azioni pilota, con cui il progetto CLIMASAFE verificherà l'utilità della piattaforma digitale e dell'indice dei rischi climatici in contesti reali. I risultati delle attività pilota serviranno come base per la preparazione di materiale informativo, la formazione degli utenti e la formulazione di raccomandazioni politiche. In questa fase, le attività di comunicazione si baseranno sulla

raccolta di feedback da parte degli stakeholder attraverso sondaggi, interviste e questionari digitali, che consentiranno di adattare i contenuti alle esigenze dei gruppi target.

4. COMUNICAZIONE INTERNA E STRUMENTI

La comunicazione interna nell'ambito del progetto si riferisce alla comunicazione tra i membri del gruppo di progetto e all'interno dello stesso in merito agli sviluppi nell'ambito dell'attuazione del progetto e a tutti i successi, i cambiamenti o i ritardi di cui i membri del gruppo devono essere informati. Serve a sviluppare una comprensione comune tra i partner e a concordare le attività pianificate, i risultati attesi e le scadenze.

Partner del progetto:

- VP: Slovensko deželno gospodarsko združenje – Unione regionale economica slovena (SGDZ – URES)
- PP1: Cluster Metalmeccanica Friuli Venezia Giulia (COMET)
- PP2: OBRTNO-PODJETNIŠKA ZBORNICA SLOVENIJE (OZS)
- PP3: E-STREAM
- PP4: Goriška Lokalna Energetska Agencija (GOLEA)
- PP5: Primorski tehnološki park (PTP)

La comunicazione interna tra i partner avverrà tramite:

- Posta elettronica
- Telefonate
- Incontri (di persona e online).

Tutti i partner avranno accesso a un elenco aggiornato di tutti i nomi delle persone di contatto, indirizzi e-mail e numeri di telefono, disponibile su Google Drive.

I principali strumenti di comunicazione tra i partner saranno la posta elettronica e le videochiamate.

I partner si riuniranno circa ogni due mesi in occasione di incontri che coincideranno con le riunioni previste per la gestione, garantendo così un monitoraggio costante delle attività di comunicazione e consentendo ai partner di scambiarsi opinioni, buone pratiche e aggiornamenti.

Per tutte le questioni relative all'attività di comunicazione, l'OZS, responsabile della comunicazione, informerà il partenariato in merito **all'approvazione dei materiali di comunicazione** (ad esempio, ordini del giorno, comunicati stampa, poster, roll-up...) **da parte del Segretariato Congiunto** e all'utilizzabilità dei materiali finali.

Per lo scambio e l'archiviazione dei documenti, il partenariato utilizzerà lo strumento online Google Drive.

4.1 Regole principali per l'attuazione del progetto

- Le lingue del progetto sono l'italiano, lo sloveno e l'inglese.
- In caso di problemi, informare il partner capofila e il responsabile del gruppo di lavoro.
- Informare il partner capofila di eventuali modifiche (rappresentante legale, responsabile del progetto, numeri di telefono, ecc.).
- Informare tempestivamente il capoprogetto, il capoprogetto per la comunicazione (OZS) e i partner del progetto in merito agli eventi organizzati.
- Se non è possibile rispettare la scadenza, informare il partner capofila e il responsabile del gruppo di lavoro.
- Redigete brevi verbali delle riunioni online.

4.2 Regole per la corrispondenza via e-mail

- In oggetto, indicate sempre: CLIMASAFE e la questione principale.
- Per allegati di grandi dimensioni, utilizzate WeTransfer o Google Drive.
- Stabilite le scadenze per i compiti e inviate un promemoria 2-3 giorni prima della scadenza.
- Quando comunicate su questioni importanti, mettete in CC il partner responsabile.

4.3 Archiviazione dei documenti

Per l'archiviazione dei documenti, i partner del progetto utilizzeranno la piattaforma Google Drive.

<https://drive.google.com/drive/folders/1TjE9kFFVDFXw8h8sSq7WwER10U3KOo2>

5. COMUNICAZIONE ESTERNA E STRUMENTI PROMOZIONALI

Per la promozione del progetto saranno utilizzati sia canali di comunicazione online che tradizionali (offline). Sarà data priorità ai canali digitali, in quanto consentono una maggiore portata, una maggiore reattività e sono più rispettosi dell'ambiente. La comunicazione digitale sarà il pilastro strategico della promozione dei risultati del progetto. È prevista la pubblicazione regolare di contenuti sui siti web del progetto e dei partner e sui social network, comprese le piattaforme del programma Interreg Italia-Slovenia e i canali di comunicazione dell'UE. Il materiale cartaceo sarà utilizzato solo nei casi in cui ciò sia strettamente necessario (ad esempio, eventi dal vivo, brochure di presentazione, poster), al fine di ridurre l'impatto ambientale del progetto.

5.1 Pacchetto di comunicazione

Il coordinatore della comunicazione (OZS) fornirà ai partner del progetto un pacchetto di comunicazione composto da diversi strumenti di comunicazione utili e necessari per le attività di comunicazione e diffusione. Gli strumenti saranno preparati in conformità con le regole – Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di comunicazione e di visibilità dei Progetti: <https://www.ita-slo.eu/it/visual-identity> (https://drive.google.com/drive/folders/1iCbV60aiu-ZAmevEMjPA0kQeFjvKmlf_) e saranno caricati su una piattaforma comune Google Drive, accessibile a tutti i partner del progetto.

In tutti i materiali di comunicazione (poster, roll-up, comunicati stampa, ecc.) deve essere indicato il link al sito web del progetto: www.ita-slo.eu/CLIMASAFE senza specificare la versione linguistica e il protocollo "http". Nel materiale stampato, oltre al link deve essere aggiunto anche un codice QR che consenta agli utenti di collegarsi direttamente al sito web.

5.2 Sito web del progetto

Il sito web del progetto CLIMASAFE: <https://www.ita-slo.eu/sl/climasafe>, ospitato dal programma Interreg Italia-Slovenia, è il punto di riferimento centrale per le informazioni e l'accesso ai risultati del progetto, al calendario degli eventi, agli strumenti e ai contatti. Il sito web è disponibile in tre lingue: italiano, sloveno e inglese. Tutta la documentazione che sarà pubblicata sul sito web del progetto dovrà essere redatta in italiano, sloveno e inglese. Le notizie saranno pubblicate almeno una volta al mese e almeno una settimana prima dell'effettiva realizzazione delle attività in tutte e tre le lingue previste.

In qualità di coordinatore delle attività di comunicazione del progetto, l'OZS è responsabile di

- verificare il contenuto e il funzionamento di tutti i link
- caricare informazioni sullo stato di avanzamento del progetto, fotografie, notizie ed eventi.

5.3 E-news, notizie o articoli

Le newsletter, le notizie o gli articoli conterranno informazioni periodiche sullo stato di avanzamento del progetto CLIMASAFE, sugli eventi e sui nuovi contenuti.

Le pubblicazioni conterranno:

- studi approfonditi – materiale
- notizie e inviti a partecipare agli eventi del progetto
- notizie su altre attività correlate al progetto (ad es. collaborazione con altri progetti)

Nel corso del progetto saranno pubblicati complessivamente 6 articoli da parte di ciascun partner, che dovrà informare il partner capofila e il coordinatore della comunicazione e inviare loro il link e uno screenshot dell'articolo pubblicato. L'articolo dovrà contenere anche il logo del progetto e il link al sito web del progetto.

5.3 Canali di comunicazione diretti dei partner

La scelta dei canali e delle strategie di diffusione si baserà sulla loro capacità di raggiungere efficacemente i gruppi target, le parti interessate, i responsabili politici e il pubblico in generale. Al fine di garantire un'ampia e diversificata diffusione, il progetto combinerà tecniche di comunicazione tradizionali e digitali.

Tutte le novità, le notizie e gli eventi saranno pubblicati attraverso canali di comunicazione quali i siti web delle aziende partner del progetto, riviste, mailing list, social network, dove saranno presentate le attività del progetto, i contenuti, i progressi del progetto, i risultati finali e le pubblicazioni di contenuti promozionali. Le attività di comunicazione previste comprendono anche eventi regionali e transfrontalieri. La pubblicazione deve includere il logo del progetto e un link al sito web del progetto.

5.4 Social network dei partner del progetto

I social network (LinkedIn, Facebook, X, Instagram...) sono importanti per interagire con diversi gruppi target, condividere contenuti video, eventi, infografiche.

I social network dei partner consentiranno un dialogo aperto con le parti interessate e promuoveranno il progetto CLIMASAFE e gli eventi che lo riguardano. Questo strumento

di comunicazione avrà il compito di raggiungere un ampio spettro di utenti, fornendo loro informazioni su eventi, iniziative, incontri e singoli pacchetti di lavoro previsti dal progetto.

- Nel testo di tutti i messaggi sui social network e sui profili del progetto è necessario aggiungere il hashtag del programma **#InterregITASLO**
- I contenuti relativi al progetto devono garantire la presenza del logo del progetto sulle immagini pubblicate.
- Quando si pubblicano foto e/o video di eventi del progetto, bisogna rispettare le norme e i regolamenti sulla privacy (regole interne dell'organizzazione e GDPR - Regolamento sulla protezione dei dati 2016/679, che regola il modo in cui le aziende e altre organizzazioni trattano i dati personali).
- Indicare il sostegno del Programma in ogni pubblicazione.
- Creare contenuti bilingui in italiano e sloveno.

5.5 Relazioni con il pubblico

Poiché uno dei gruppi target prioritari del progetto sono gli enti pubblici locali/nazionali/internazionali, la gestione delle relazioni con il pubblico sarà fondamentale per garantire il successo delle attività promozionali. Saranno pubblicati comunicati stampa, interviste con esperti e articoli su media specializzati e generalisti.

Verrà stilato un elenco di stakeholder del settore, con i quali sarà prevista la loro partecipazione diretta attraverso comunicazioni dirette e formali e l'invio di comunicati stampa per informare sull'avvio dell'iniziativa, l'apertura della piattaforma online e gli eventi di networking.

5.6 Eventi

Oltre all'organizzazione di eventi, sarà necessario preparare articoli, contributi specialistici, presentazioni video e infografiche per diversi livelli di utenti.

Il piano comprende anche quattro eventi pubblici chiave:

- **conferenza stampa introduttiva** (AKT1.1),
- **due eventi online**: uno per la presentazione dell'indice (AKT1.2, obiettivo 35 partecipanti) e uno per le azioni pilota (AKT2.2, obiettivo 35 partecipanti),
- **evento finale** in formato misto con giornalisti e parti interessate (AKT3.3, obiettivo 50 partecipanti).

Per ogni evento, il materiale stampa sarà composto da:

- inviti
- ordine del giorno
- poster

- fotografie, video
- elenco dei partecipanti
- documenti (utili per illustrare le attività svolte)

Ogni partner deve fornire il materiale stampa per i propri eventi almeno 15 giorni prima dell'evento (invito, programma ed eventuale comunicato stampa) e entro 5 giorni dal termine dello stesso (elenco dei partecipanti, foto/video, ecc.).

Ad ogni evento aperto al pubblico deve essere garantito quanto segue:

- I testi devono essere bilingui in italiano e sloveno, ad eccezione dei due eventi "specchio", ovvero due eventi con lo stesso contenuto che si svolgono in Italia e in Slovenia. In questo caso il materiale può essere stampato separatamente, una copia per ciascuna versione linguistica, ma il contenuto deve essere identico.
- Per il pubblico con la fornitura di servizi di traduzione simultanea e/o consecutiva in italiano e sloveno. L'interpretazione non è necessaria solo in casi eccezionali, previa approvazione del Segretariato Congiunto e/o espressamente indicati nella domanda di candidatura (ad esempio nel caso di due eventi "specchio", se l'evento si ripete in entrambi i paesi).
- Che il logo del progetto sia presente su tutto il materiale.
- Che la bandiera dell'Unione Europea sia appesa su un apposito supporto. Se non è possibile esporre la bandiera europea, è sufficiente che il logo del progetto sia visualizzato sullo schermo all'inizio dell'evento.
- Il poster e/o il roll-up del progetto devono essere collocati in un luogo ben visibile al pubblico.
- Che l'evento sia promosso sul sito web del progetto con una notizia sull'evento (in italiano, sloveno e inglese) e una notizia post-evento che includa anche il materiale presentato durante l'evento e almeno una foto dell'attività svolta.

Con diversi materiali di comunicazione ci rivolgeremo ai gruppi target del progetto all'interno e all'esterno del consorzio.

6. IMMAGINE COORDINATA DEL PROGETTO

Poiché CLIMASAFE è un progetto finanziato dall'Unione Europea nell'ambito del programma transfrontaliero Interreg Italia-Slovenia, tutti i suoi materiali di comunicazione devono essere conformi alle Linee guida per l'applicazione dell'identità visiva per l'attuazione delle attività di comunicazione e di visibilità dei Progetti:

Il progetto CLIMASAFE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt CLIMASAFE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

<https://www.ita-slo.eu/it/visual-identity>

(https://drive.google.com/drive/folders/1iCbV60aiu-ZAmevEMjPA0kQeFjvKmlf_)

Il logo è composto dal logo base del Programma e dall'acronimo del progetto.

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

CLIMASAFE

Il logo è obbligatorio su tutti i media e i materiali di comunicazione e deve essere sempre visibile. Deve essere posizionato **nell'angolo in alto a sinistra**, ben visibile e leggibile in tutte le dimensioni.

Di seguito è riportato un estratto delle linee guida per l'identità visiva delle attività di comunicazione e promozione dei progetti.



Figura 4: Logotipo per i progetti - composizione elementi grafici e testuali, versione bilingue

Il progetto CLIMASAFE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt CLIMASAFE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

3.2 USO DEL LOGO DI PROGETTO STANDARD A COLORI

3.2.1 LOGO STANDARD DI PROGETTO

È fortemente raccomandato l'utilizzo del **logo di progetto in versione a colori (quadricromia)**, definito anche come **LOGO STANDARD DI PROGETTO** che va applicato preferibilmente **su sfondo bianco (Fig. 7)**.



Figura 7: LOGOTIPO STANDARD DI PROGETTO, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue

3.2.2 LOGO STANDARD DI PROGETTO SU SFONDI COLORATI

In caso di **sfondi colorati, monocromatici e non**, è fortemente raccomandato l'utilizzo del **LOGO STANDARD DI PROGETTO in quadricromia**, ma **posizionato all'interno di un riquadro bianco** (Fig.8), con un margine pari almeno quanto lo spazio definito al paragrafo 3.



Figura 8: LOGOTIPO STANDARD DI PROGETTO, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue su sfondo colorato

3.2.3 CASI ECCEZIONALI DI APPLICAZIONE DEL LOGO STANDARD DI PROGETTO SU SFONDI COLORATI

In casi eccezionali, ovvero quando non è possibile inserire un riquadro bianco su sfondo colorato, è ammesso utilizzare le versioni di cui alle Figg. 9 e 10.

Nel caso, ad esempio, di **sfondo colorato monocromatico arancione** (Fig. 9), il logotipo "Interreg", il riferimento bilingue al co-finanziamento dell'Unione Europea, la dicitura "Italia-Slovenija" e l'acronimo del progetto, devono essere riportati in bianco (si veda il paragrafo 4, relativo ai codici di colore da utilizzare).

La bandiera europea va incorniciata con un rettangolo con un bordo bianco di spessore pari a 1/25 dell'altezza del rettangolo.



Figura 9: LOGOTIPO DI PROGETTO, versione su sfondi colorati e con riferimento al co-finanziamento bilingue con emblema UE a colori

Nel caso, ad esempio, di **sfondo colorato monocromatico grigio** (Fig. 10), il logotipo "Interreg", il riferimento bilingue al co-finanziamento dell'Unione Europea, la dicitura "Italia-Slovenija" e l'acronimo del progetto, devono essere riportati in nero (si veda il paragrafo 3, relativo ai codici di colore da utilizzare).

La bandiera europea va riprodotta delimitando con un filetto nero l'area del rettangolo e inserendo le stelle nere in campo bianco.

Per maggiori informazioni si veda il paragrafo 3.3.



Figura 10: LOGOTIPO DI PROGETTO, versione su sfondi colorati e con riferimento al co-finanziamento bilingue con emblema UE in bianco e nero

3.3 USO DEL LOGO STANDARD DI PROGETTO IN BIANCO E NERO

Qualora non fosse possibile utilizzare la versione del logo in quadricromia (si veda paragrafo 3.2) è possibile avvalersi di versioni alternative, previa autorizzazione da parte del Segretariato Congiunto, come di seguito illustrato.

Nel caso, ad esempio, di riproduzione su giornali o quotidiani, è possibile utilizzare la versione **in bianco e nero** (Fig. 11).



Figura 11: LOGOTIPO dei progetti, versione in bianco e nero e con riferimento al co-finanziamento bilingue

Esiste anche una **versione del logo OUTLINE** (Fig. 12). prevista, ad esempio, per applicazioni su targhe metalliche.



Figura 12: LOGOTIPO dei progetti, versione outline/contorno e con riferimento al co-finanziamento bilingue

3.4 DISPOSIZIONI ALTERNATIVE DEL LOGO STANDARD DI PROGETTO (ECCEZIONI)

In casi ECCEZIONALI, ad esempio in caso di produzione del logo su superfici stampabili di piccole e/o determinate dimensioni (come penne, chiavette USB e simili), è possibile, previa specifica autorizzazione da parte del Segretariato congiunto, utilizzare delle versioni alternative del logo di progetto come rappresentate in Fig. 13 e Fig. 14.



Figura 13: LOGOTIPO del progetto, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue, versione alternativa orizzontale. Questa versione potrebbe essere applicata, ad esempio su delle penne.



Figura 14: LOGOTIPO del progetto, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue, versione alternativa compatta. Questa versione potrebbe essere applicata, ad esempio su delle chiavette USB.

3.5 LOGO DI PROGETTO SUI SOCIAL MEDIA



L'immagine del profilo social dedicato al progetto deve includere il logo di progetto. Per autorizzazioni di alternative, si prega di contattare il Segretariato Congiunto.



3.6 DIMENSIONI MINIME DEL LOGO

Nella tabella sottostante sono indicate le larghezze minime del logo consentiti in base al materiale sul quale è applicato, affinché sia mantenuta una corretta leggibilità.

| Media | Larghezza minima del logo |
|---|---------------------------|
| Pagina A4 (210x279 mm) | 38,1 mm |
| Pagina A5 (148x210 mm) | 38,1 mm |
| Biglietto da visita (85x55 mm) | 35,1 mm |
| Schermo smartphone (960x640 px) | 240 px |
| Schermo tablet (2014x768 px) | 240 px |
| Schermo laptop (1920x1080 px) | 300 px |
| Schermo desktop (2560x1440 px) | 300 px |
| Presentazione PowerPoint 16:9 (254x142,88 mm) | 32,6 mm |
| Video FullHD (1920x1080 px) | 300 px |
| Video HD (1280x720 px) | 300 px |
| Video SD (1050x576 px) | 240 px |
| Pagina A2+ | 60 mm |

Il rimpicciolimento del logo standard di progetto non dovrà determinare una dimensione inferiore ai 38,1 mm di larghezza (Fig. 15).

Anche su piccola scala è fortemente raccomandato utilizzare il logo in quadricromia, fatto salvo eccezioni preventivamente autorizzate dal Segretariato Congiunto.

Nell'applicazione del logo su piccola scala, il logo non deve perdere in qualità e tutti i suoi componenti testuali e grafici devono essere ben delineati e leggibili.

In ragione di un tanto, è ammesso l'utilizzo della versione del logo di progetto con il riferimento al co-finanziamento in sola lingua inglese (Fig. 16), in particolar modo per oggetti specifici come le penne e comunque previa autorizzazione del Segretariato Congiunto.



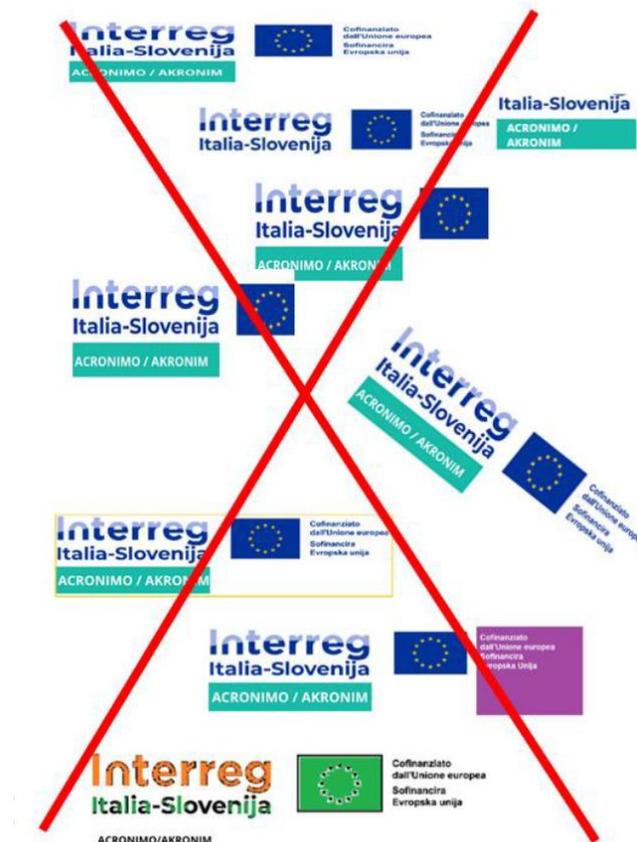
Figura 15: LOGOTIPO del progetto, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue - rappresentazione su piccola scala



Figura 16: LOGOTIPO del progetto, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento in inglese - rappresentazione su piccola scala

3.8 UTILIZZO ERRATO DEL LOGO

1. Non distorcere, allungare, inclinare o modificare il logo in alcun modo.
2. Non cancellare "cofinanziato dall'Unione Europea" o qualsiasi elemento grafico obbligatorio del logo.
3. Non tagliare il logo.
4. Non ruotare il logo.
5. Non separare l'emblema dal logo o cambiare altrimenti la composizione degli elementi del logo: essi sono fissi.
6. Non usare contorni intorno al logo.
7. Non utilizzare il logo in colori diversi dalla versione standard a colori o in bianco e nero.



Il progetto CLIMASAFE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt CLIMASAFE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

3.9 IN COMBINAZIONE CON ALTRI LOGHI

Il logo di progetto include l'emblema dell'Unione europea e ne rispetta le regole di riproduzione ai sensi del combinato dell'art. 47 e dell'Allegato IX del Regolamento (UE) 2021/1060² nel quale si legge che: "L'emblema [dell'Unione europea] deve figurare in maniera prominente in tutti i materiali di comunicazione, come prodotti stampati o digitali, siti web e loro versione mobile, relativi all'attuazione di un'operazione e destinati al pubblico o ai partecipanti."

Questo significa che se oltre al logo di progetto compaiono altri loghi (ad esempio, quelli riferiti ai partner progettuali), questi ultimi devono avere al massimo le stesse dimensioni, misurate in altezza o larghezza l'emblema dell'Unione europea presente nel logo di progetto.



Figura 18: LOGOTIPO del progetto, versione in quadricromia e con riferimento al co-finanziamento bilingue, con in combinazione con altri loghi

7. COMPITI DEI PARTNER

Le attività di comunicazione sono gestite dall'OZS in collaborazione con il partner capofila e con il suo sostegno.

I partner hanno il compito di:

- affiggere nei propri locali il materiale promozionale relativo al progetto (poster)
- informare la propria rete sul progetto tramite contatti diretti e inserendo notizie sul progetto nei propri bollettini (almeno un bollettino durante il progetto)
- condividere i post relativi al progetto sui social network – 20 post per tutta la durata del progetto
- collaborare alla compilazione dell'elenco dei soggetti interessati e dell'elenco degli eventi
- partecipare agli eventi.

Il coordinatore delle attività di comunicazione del progetto – OZS, in collaborazione con il partner capofila SDGZ-URES, sarà responsabile del coordinamento globale di tutte le attività di comunicazione nell'ambito del progetto. Ciò include la gestione del sito web del progetto e l'orientamento dei contenuti promozionali.

Il partner COMET si occuperà della promozione tra le PMI italiane e coordinerà le attività pilota sul versante italiano. Inoltre, collaborerà all'organizzazione di eventi congiunti e sfrutterà la propria rete di partner industriali per la diffusione dei risultati.

I partner sloveni GOLEA, PTP e OZS saranno fondamentali per la diffusione locale delle informazioni e la promozione dei risultati del progetto in Slovenia. Ciascuno di essi organizzerà eventi nella propria regione e garantirà il coinvolgimento delle PMI e di altri stakeholder rilevanti.

Il partner E-STREAM e gli altri partner italiani saranno responsabili della distribuzione dei contenuti tra i gruppi target specifici, forniranno supporto tecnico alla comunicazione e garantiranno un'ulteriore presenza mediatica del progetto in Italia. Trasferimento dei contenuti a gruppi target specifici, supporto tecnico alla comunicazione, ulteriore presenza mediatica.

I partner associati avranno un ruolo di supporto e complementare nel processo di comunicazione, in particolare nella diffusione dei risultati all'interno delle loro reti. La loro partecipazione agli eventi, la condivisione dei materiali di comunicazione e il coinvolgimento nelle attività promozionali contribuiranno a una maggiore visibilità del progetto e al rafforzamento dell'effetto transfrontaliero. Il loro collegamento diretto con le imprese, le istituzioni e gli attori locali consente una più ampia portata e una più facile trasferibilità dei risultati del progetto. Sarà responsabile del coordinamento globale di tutte le attività di comunicazione nell'ambito del progetto. Ciò include la gestione del sito web, la preparazione e l'invio di newsletter, l'organizzazione dell'evento di lancio e l'orientamento dei contenuti promozionali.

8. INDICATORI DI MONITORAGGIO

Per garantire l'efficacia della comunicazione, saranno utilizzati indicatori chiave di prestazione, tra cui il numero di partecipanti agli eventi, il livello di coinvolgimento sui social media, il numero di materiali distribuiti e il feedback raccolto. I dati saranno monitorati e inclusi nelle relazioni semestrali che saranno presentate al comitato di gestione. Questo approccio consentirà di adeguare le attività nel corso del progetto, migliorando l'efficacia delle misure di comunicazione e promuovendo una maggiore visibilità del progetto.

Al fine di aumentare l'impatto e la visibilità del progetto, monitoreremo e valuteremo regolarmente le attività di comunicazione per determinarne l'efficacia e apportare eventuali adeguamenti necessari.

Tra i principali indicatori di successo della presenza digitale figureranno: il numero di visite al sito web del progetto, il numero di follower e di post sui social network (almeno 120 post), il livello di interazione (like, commenti, condivisioni) e il numero di materiali digitali scaricati.

Per garantire un monitoraggio costante dell'efficacia delle attività di comunicazione, i partner utilizzeranno i seguenti indicatori:

| Indicatore | Descrizione | Valore target |
|------------------------------------|--|---------------|
| Numero di visite al sito web | Monitoraggio dell'interesse per il progetto e accesso ai risultati | / |
| Numero di iscritti alla newsletter | Misurazione della portata della comunicazione regolare | / |

| | | |
|---|---|----------------------------------|
| Raggiungimento delle pubblicazioni sui social network | Misurazione della visibilità dei contenuti | 120 |
| Numero di eventi realizzati | Misurazione delle attività live | 4 |
| Numero di partecipanti agli eventi | Misurazione della portata diretta | 12 |
| Numero di workshop realizzati | Realizzazione di workshop per promuovere la cooperazione transfrontaliera | 3 (1 FVG, 1 Slovenia, 1 Venezia) |
| Numero di partecipanti ai workshop | Misurazione della portata diretta | 100 |
| Pubblicazioni sui media | Presenza nei media (stampa, radio, web) | / |
| Strategia comune | Firma di memorandum d'intesa o lettere di intenti – numero di firmatari | 10 |
| Feedback dei partecipanti | Valutazione qualitativa degli eventi e dei materiali | / |

Il monitoraggio sarà effettuato periodicamente, almeno una volta ogni sei mesi, con una valutazione intermedia.

Incontri online bimestrali, organizzati in modo da coincidere con gli incontri previsti per la gestione, garantiranno un monitoraggio costante delle attività di comunicazione e consentiranno ai partner di scambiarsi buone pratiche e aggiornamenti.

9. CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Il calendario delle attività di comunicazione comprende le seguenti fasi principali:

- Fase di preparazione e creazione dell'identità (1°-3° mese): preparazione dell'immagine visiva complessiva, del sito web e del materiale informativo iniziale.
- Fase di test pilota e convalida (4°-12° mese): attuazione di misure pilota, raccolta di feedback, pubblicazione dei risultati intermedi.
- Fase di promozione e diffusione dei risultati (12°-18° mese): comunicazione digitale intensiva, organizzazione di workshop ed eventi.
- Fase di capitalizzazione e utilizzo sostenibile (19°-24° mese): preparazione di pacchetti informativi, presentazione delle buone pratiche, pubblicazione negli archivi del programma Interreg.

| Attività | Periodo di realizzazione | Partner responsabile |
|---|---------------------------------|----------------------------------|
| Creazione del sito web | Mese 1-2 | Partner principale |
| Preparazione del piano di comunicazione | Mese 1-2 | OZS + partner |
| Pubblicazione introduttiva e campagna | Mese 3 | Tutti i partner |
| Newsletter, notizie, articoli | Continuo | Tutti i partner |
| Attività sui social network | Continuo | Tutti i partner |
| Eventi promozionali | Mesi 4, 8, 12, 18 | Da concordare (a livello locale) |
| Contenuti video e infografiche | Mese 6-18 | Tutti i partner |
| Conferenza finale e campagna mediatica | Mese 24 | Lead Partner + ospitante |

Il calendario sarà aggiornato, se necessario, in base alle dinamiche del progetto e alle valutazioni dei risultati della comunicazione.

10. COMUNICAZIONE

I post sui social media vengono riportati in una tabella nelle cartelle condivise, dove ogni partner riporta e condivide i link ai propri post. È fondamentale che tutti i PP rispettino questo piano e aggiornino regolarmente la tabella per raggiungere i nostri indicatori chiave di prestazione (KPI).

Istruzioni per i PP:

1. Panoramica delle responsabilità:

- Creazione di post: ogni partner è responsabile della creazione di 20 post durante l'intero periodo di durata del progetto (da luglio 2025 a maggio 2027).
- Condivisione dei post: gli altri partner condivideranno i post creati dal partner designato. La tabella definisce il ruolo di ciascun partner ogni mese: chi è responsabile della creazione del post e chi della sua condivisione.
- Pubblicazione e condivisione: i partner responsabili della creazione dei post devono garantire che il loro contenuto sia pubblicato entro il mese stabilito. Tutti gli altri partner sono responsabili della condivisione del post sulle proprie piattaforme.
- Informare gli altri partner: quando un partner crea e pubblica un post originale, deve informare gli altri partner via e-mail e fornire loro il link al post e uno screenshot del post originale. Questo vale solo per i post originali di cui il partner è responsabile. Ciò consentirà agli altri partner di condividere il post secondo i piani e di confermare che il contenuto è stato pubblicato.

2. Come utilizzare la tabella:

- La tabella contiene il mese e l'anno di ogni pubblicazione e il partner incaricato di creare il contenuto.
- Ogni mese saranno indicati: il partner responsabile della creazione della pubblicazione (contrassegnato con "Pubblicazione originale [numero] (link)") e gli altri partner responsabili della condivisione della pubblicazione (contrassegnati con "Condivisione (link)").
- Ogni partner deve inserire nella colonna corrispondente della tabella il link al post che ha creato o condiviso non appena l'attività è stata completata.

| Mese e anno | PARTNER RESPONSABILE | | | | | |
|----------------|--|--|---|--|--|--|
| | SDG/URES | COMET | OZS | E-STREAM | GOLEA | PTP |
| Giugno 2025 | - | - | - | - | - | - |
| Luglio 2025 | Pubblicazione originale 1 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Agosto 2025 | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 2 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Settembre 2025 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 3 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Ottobre 2025 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 4 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Novembre 2025 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 5 (link) | Condivisione (link) |
| Dicembre 2025 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 6 (link) |
| Gen 2026 | Pubblicazione originale 7 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Feb 2026 | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 8 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Mar 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 9 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Apr 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 10 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Maggio 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 11 (link) | Condivisione (link) |
| Giugno 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 12 (link) |
| Luglio 2026 | Pubblicazione originale 13 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Agosto 2026 | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 14 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |

Il progetto CLIMASAFE è co-finanziato dall'Unione europea nell'ambito del Programma Interreg VI-A Italia-Slovenia.
Projekt CLIMASAFE sofinancira Evropska unija v okviru Programa Interreg VI-A Italija-Slovenija.

| | | | | | | |
|----------------|--|--|--|--|--|--|
| Settembre 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 15 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Ottobre 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 16 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Novembre 2026 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 17 (link) | Condivisione (link) |
| Dicembre 2026 | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 18 (link) |
| Gen 2027 | Pubblicazione originale 19 (link) | Condivisione (link) |
| Feb 2027 | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 20 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Mar 2027 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 21 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Apr 2027 | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) | Pubblicazione originale 22 (link) | Condivisione (link) | Condivisione (link) |
| Maggio 2027 | Pubblicazione originale 23 (link) | Condivisione (link) |

11. CONCLUSIONE

Il piano di comunicazione CLIMASAFE è concepito come un quadro dinamico che non solo presenterà i risultati del progetto, ma li trasferirà anche attivamente nella pratica. Grazie a un approccio integrato, che combina contenuti digitali, eventi pubblici, materiali specialistici e corsi di formazione, consentirà un'ampia visibilità delle soluzioni e la loro replicabilità in diversi contesti economici e istituzionali.

Attraverso il monitoraggio costante degli indicatori di performance e l'adattamento dei contenuti alle esigenze dei gruppi target, il piano contribuirà alla crescita sostenibile e a una maggiore resilienza dell'area transfrontaliera ai cambiamenti climatici. Il coinvolgimento di partner, stakeholder e utenti finali nella co-creazione dei contenuti rafforzerà la titolarità dei risultati e ne garantirà l'utilizzo anche dopo la conclusione del progetto.

In questo modo, CLIMASAFE fungerà a lungo termine da modello di riferimento per la gestione strategica dei rischi climatici e il rafforzamento della resilienza delle PMI nella regione e oltre.

In linea con gli obiettivi del progetto e del programma Interreg, il piano presterà particolare attenzione alla capitalizzazione e all'uso sostenibile dei risultati. Tutti i materiali saranno disponibili in sloveno, italiano e inglese e pubblicati nel repository dei contenuti del programma Interreg e nei canali di comunicazione ufficiali.