

Piano di comunicazione KAŠTellieri



Indice dei contenuti

1. Introduzione

- 1.1. Scopo del Piano di Comunicazione
- 1.2. Lingua
- 1.3. Procedura richiesta approvazione materiale comunicazione
- 1.4. Target group
- 1.5. Attività di comunicazione
- 1.6. Strategia di comunicazione e piano d'azione
- 1.7. Pianificazione del progetto di monitoraggio
 - 1.7.1 Strumenti di comunicazione interna
 - 1.7.2 Adattamenti e miglioramenti
- 1.8. Template social media
- 1.9. Modelli Jems

2. Regole identità visiva

- 2.1. Organizzazione di eventi per il pubblico
- 2.2. Modelli per social media
- 2.3. Modelli Jems

Allegato I: Programmazione attività

Allegato II: Visual Identity progetto

1. Introduzione

La comunicazione e la divulgazione sono una parte fondamentale del progetto KAŠTellieri, per questo è necessario garantire che le attività, le risorse e i risultati del progetto siano comunicati alle parti interessate in modo chiaro, coerente ed efficace.

I castellieri sono antiche strutture fortificate risalenti all'età del Bronzo e del Ferro, situate principalmente nel Nord Italia e in alcune aree dell'Europa centrale. Questi insediamenti, caratterizzati da mura difensive circolari o ovali costruite con pietre e terra, racchiudevano abitazioni e aree comunitarie. La loro funzione principale era difensiva, proteggendo le comunità dagli attacchi esterni, ma servivano anche come centri di attività economiche, sociali e religiose.

Importanza dei Castellieri

Valore Storico e Archeologico: I castellieri rappresentano una testimonianza cruciale delle società preistoriche e protostoriche. Studiare questi insediamenti permette agli archeologi di comprendere meglio l'organizzazione sociale, le tecniche costruttive, le attività economiche e le dinamiche difensive delle popolazioni che li hanno abitati.

Identità Culturale: I castellieri sono parte integrante del patrimonio culturale delle regioni in cui si trovano, contribuendo a formare l'identità storica locale e mantenendo viva la memoria delle antiche civiltà.

Turismo e Sviluppo Economico: La valorizzazione dei castellieri può incentivare il turismo culturale, attirando visitatori, studiosi e appassionati di storia, e contribuendo allo sviluppo economico delle aree circostanti.

1.1. Scopo del Manuale del Piano di Comunicazione

Il Piano di comunicazione è uno strumento che il partenariato utilizzerà per realizzare una strategia comune di comunicazione, in modo da renderla il più uniforme possibile, così da raggiungere efficacemente i gruppi target attraverso la comunicazione esterna.

Saranno fornite regole da seguire, anche in base alle linee guida sulla Visual Identity fornite dall'Autorità di Gestione del programma. Inoltre, verranno definiti i compiti di

ciascun partner per raggiungere i risultati e il pubblico più ampio con le risorse disponibili.

Il Piano di comunicazione è un documento dinamico che potrà essere aggiornato in base alle esigenze di progetto e ai suggerimenti dei partner. Saranno messi a disposizione modelli da utilizzare per la comunicazione del progetto (es. template per post social media, ppt, ecc.).

Attraverso il piano di comunicazione verranno forniti gli standard per l'uso appropriato del logo di progetto su qualsiasi materiale di comunicazione, prodotto per attività interne o esterne al progetto.

Verrà prodotta una procedura interna al partenariato per quanto riguarda la richiesta al Manager della Comunicazione di mandare in approvazione materiali relativi alla comunicazione.

Questo manuale contiene un elenco di tutti i documenti/file creati per il progetto, oltre ad alcune indicazioni grafiche generali e le procedure da seguire per ottenere approvazione sui materiali di comunicazione prodotti. Tutti i modelli sono disponibili nella cartella condivisa creata dal Leader della Comunicazione Venetian Cluster.

Link cartella condivisa:

https://drive.google.com/drive/folders/1tl-MuY9bXoiciSX9mcXqPOjad6iA566c?usp=drive_link

Nel caso in cui sia necessario produrre ulteriori documenti/modelli, si prega di attenersi alle disposizioni del presente manuale e di discuterne con il partner di riferimento per le attività di comunicazione: Venetian Cluster.

L'obiettivo generale principale del progetto KAŠTellieri è conservare, valorizzare e proteggere il patrimonio culturale dei castellieri all'interno di una destinazione culturale e turistica sostenibile "Terra Transfrontaliera dei Castellieri Protostorici dell'Alto Adriatico", e rivitalizzare, promuovere e interpretare i castellieri selezionati attraverso prodotti innovativi e sostenibili di turismo transfrontaliero, con un focus sulla digitalizzazione, l'inclusione sociale e la transizione ecologica.

1.2. Lingua

Per la comunicazione esterna, è necessario utilizzare le due lingue del progetto, italiano e sloveno. Per la comunicazione interna tra i partner, invece, è consigliabile l'uso dell'inglese, al fine di facilitare il dialogo con tutti i partner.

1.3. Procedura richiesta approvazione materiale comunicazione

Venetian Cluster in quanto leader della comunicazione, coordinerà e supervisionerà l'attuazione di queste attività.

Essendo responsabile della produzione di tutto il materiale che verrà utilizzato per comunicare il progetto KAŠTellieri, Venetian Cluster ha deciso di fornire una procedura che i partner dovranno seguire per quanto riguarda la richiesta di produzione di materiale di comunicazione.

Venetian cluster si occuperà di:

- Gestire il sito web di progetto, aggiornandolo almeno una volta al mese, come da richiesta del JS.
- Produrre i materiali di comunicazione necessari per tutte le attività di progetto.
- Interfaccia con il JS per l'approvazione dei materiali di comunicazione.
- Supportare l'organizzazione di eventi e conferenze.
- Aggiornare le pagine social di progetto

Al fine di supportare le attività di comunicazione e Venetian Cluster, i partner adotteranno le seguenti procedure:

- Utilizzare i modelli forniti in ogni attività di comunicazione del progetto.
- L'utilizzo di modelli differenti da quelli stabiliti deve prima essere inviato a Venetian Cluster che li sottoporrà all'approvazione del JS.
- Tutti i materiali di comunicazione devono essere inviati al Communication Manager con in copia la Project Manager almeno 20 giorni prima dell'uscita programmata.
- I gadget devono avere l'approvazione del JS prima della stampa (i gadget più grandi devono contenere QR Code del sito web).

- Le news che devono essere pubblicate sul sito web e i post per i social media devono essere inviati al Communication Manager almeno 6 giorni lavorativi prima della loro pubblicazione.
- Gli eventi programmati devono essere comunicati almeno 40 giorni lavorativi prima dell'evento per assicurare la giusta visibilità.

Per ogni approvazione per la realizzazione di gadget o altri materiali di comunicazione, è necessario conservare 4 copie, che devono essere inviate all'ente di gestione al termine del progetto, e almeno 2 copie per l'archivio interno.

1.4. Target group

In un primo momento la comunicazione sarà focalizzata sulla popolazione locale, e a tutte le attività che si relazionano con il turismo (es. ristoratori, albergatori, ecc.). In questo modo sapranno che il progetto ha l'intenzione di promuovere turisticamente i luoghi in cui sorgono i Castellieri e possano contribuire alla promozione degli stessi.

In un secondo momento, quando i siti dei Castellieri saranno pronti per accogliere i turisti la comunicazione sarà incentrata sull'engagement di possibili visitatori, possibilità di utilizzare tour operator per includere i Castellieri come tappa di viaggi organizzati.

La parte di road cicloturistica dei Castellieri verrà trattata come prodotto per il turismo di massa, in quanto alla portata di tutti, mentre il prodotto 5 stelle che verrà elaborato all'interno del progetto sarà promosso per un turismo di lusso.

Target Groups:

- **Comuni ed enti locali nell'area del progetto:** Come nel precedente progetto Kastelir, anche qui saranno coinvolti altri comuni ed enti associati. Questi enti sono i principali attori nella gestione del patrimonio culturale dei castellieri e garantiscono la sostenibilità dei risultati del progetto e dei prodotti sviluppati al suo interno.
- **Enti regionali:** (soprattutto in Italia: Regione Veneto e Regione FVG) saranno coinvolti nella fase di pianificazione e attuazione delle attività del progetto, partecipando alla preparazione della strategia per l'istituzione e l'espansione della destinazione culturale e turistica sostenibile transfrontaliera della Terra

dei castellieri dell'Alto Adriatico. Inoltre, potranno utilizzare i risultati del progetto per migliorare i loro strumenti di attuazione delle politiche di tutela del patrimonio culturale.

- **Istituzioni accademiche e di ricerca:** entrambi i partner del progetto Centro di Ricerca Scientifica di Capodistria (ZRS Koper) e l'Istituto Veneto di Scienze, Lettere ed Arti influenzeranno la diffusione della conoscenza ad altre istituzioni di ricerca e a un pubblico ampio. Collaboreranno con altre istituzioni accademiche e di ricerca nelle conferenze specializzate e nelle ricerche sulla storia e su altri aspetti del patrimonio trattato, nonché nello sviluppo di prodotti turistici sostenibili.
- **Organizzazioni non governative:** associazioni e istituzioni private che operano nell'interesse pubblico e il cui lavoro riguarda la cura dei gruppi vulnerabili o delle persone con disabilità.
- **Piccole e medie imprese (PMI):** i loro dipendenti e le start-up potenziali, legate all'uso del patrimonio culturale e naturale o al turismo sostenibile. Nel progetto, verranno organizzati corsi di formazione e workshop specificamente rivolti ai fornitori del settore del turismo sostenibile.
- **Agenzie dello sviluppo regionali o locali:** attraverso le quali saranno coinvolti anche piccole e medie imprese operanti nel settore delle industrie culturali e creative (che saranno inclusi in festival e workshop).
- **Fornitori di servizi turistici e gli operatori dell'ospitalità:** inclusi come fornitori nella guida e nell'applicazione mobile e nel materiale promozionale.
- **Popolazione locale nell'area del progetto:** sarà coinvolta nell'attuazione di formazioni, workshop ed eventi transfrontalieri - festival, nonché avrà accesso a tutti i risultati digitali (avatar Aviko, piattaforma virtuale avanzata - guida turistica Kastelir.eu e altri). La popolazione locale beneficia anche dei punti informativi e interpretativi installati presso i castellieri selezionati.
- **Visitatori e turisti:** in particolare quelli culturali, creativi ed educativi, che desiderano approfondire la conoscenza dei luoghi visitati, della loro cultura, gastronomia, storia, ecc. Ai visitatori e ai turisti saranno offerti prodotti turistici transfrontalieri sostenibili - esperienze a 5 stelle e il prodotto ciclistico transfrontaliero - Kaštelirji Road.

1.5. Attività di comunicazione

Durante il progetto verranno svolte le seguenti attività di comunicazione:

- 1) Aggiornamento sito web di progetto
- 2) Eventi transfrontalieri
- 3) Realizzazione di brochure and materiali promozionali
- 4) Social media
- 5) Newsletter

1.6 Strategie di Comunicazione e Piano d'Azione

Canale	Modalità	Tempistiche	Frequenza	Finalità
Social Media	Pubblicazione di 4 post mensili su FB e IG. Video YT due volte l'anno	Da settembre 2024	Settimanale	Aumentare la notorietà dei castellieri, prima a livello locale, poi di massa e lusso
Sito Web	Aggiornamenti mensili con news, articoli, foto/video	Da settembre 2024	Mensile	Assicurare che il sito sia una piattaforma affidabile e aggiornata per gli utenti
Eventi Streaming	Incontri online su temi rilevanti (es. cicloturismo)	Da gennaio 2025	Semestrale	Contatto diretto con stakeholder per incrementare la notorietà del progetto
Newsletter	Aggiornamenti mensili via mailing list	Da gennaio 2025	Due volte l'anno	Aggiornamento costante dei contatti chiave

Canale	Modalità	Tempistiche	Frequenza	Finalità
Eventi	Organizzazione di eventi per promuovere itinerari e attività	Da ottobre/novembre 2024	Semestrale	Coinvolgere il pubblico con eventi in presenza
Ufficio Stampa	Articoli e interviste	Da settembre 2024	Quadrimestrale	Diffondere la conoscenza dei castellieri

1.7. Pianificazione del processo di monitoraggio

Ogni due mesi i partner del progetto devono informare il Venetian Cluster riguardo le attività svolte, attraverso dei rapporti sulle pubblicazioni, in una tabella unificata che è allegata a questo piano di comunicazione.

Ogni partner deve essere responsabile della raccolta dei dati sulle attività svolte nella propria area di competenza (es. eventi organizzati, partecipazione locale, produzione di materiale promozionale).

Il **leader della comunicazione** (Venetian Cluster) avrà un ruolo di coordinamento nella verifica della conformità dei materiali prodotti e nella gestione del sito web, aggiornato mensilmente come richiesto dal JS.

1.7.1 Strumenti di comunicazione interna

Attraverso una **piattaforma condivisa** (Google Drive) tutti i partner possono caricare i propri report e aggiornamenti periodici.

Ogni materiale comunicativo (brochure, post social media, ecc) deve essere validato dal leader della comunicazione prima della pubblicazione, attraverso questi passaggi:

1. **Creazione del materiale** seguendo le linee guida del progetto.
2. **Invio del materiale al leader della comunicazione** con almeno 20 giorni di anticipo.
3. Revisione da parte del leader entro 7 giorni lavorativi.
4. **Approvazione o richiesta** di effettuare eventuali modifiche al materiale inviato.
5. **Archiviazione** dei materiali approvati e **tracciamento delle pubblicazioni**.
6. **Monitoraggio delle performance** dopo la pubblicazione.

7. Valutazione dei progressi.

8. **Valutazione intermedia e finale:** Organizzare una valutazione formale dei risultati a metà e alla fine del progetto per misurare l'impatto effettivo delle azioni intraprese rispetto agli obiettivi prefissati.

1.7.2 Adattamenti e miglioramenti

Risoluzione dei problemi: In caso di difficoltà o ritardi, il team di monitoraggio dovrebbe analizzare i motivi e proporre soluzioni correttive. Gli incontri periodici permetteranno di affrontare tempestivamente eventuali criticità.

Aggiornamenti del piano: Poiché il piano di comunicazione e il progetto nel suo complesso sono dinamici, è essenziale rivedere e aggiornare il piano di monitoraggio per adattarsi a cambiamenti o nuove esigenze emerse durante l'implementazione.

Questi passaggi aiuteranno a garantire un monitoraggio costante e una valutazione efficace, assicurando che il progetto rimanga allineato con gli obiettivi iniziali e che eventuali criticità vengano affrontate prontamente.

2. Regole identità visiva

Il JS richiede che tutti i materiali di comunicazione siano approvati da loro prima della pubblicazione. Il Leader della comunicazione è colui che si interfacerà con il JS per queste richieste e deve fare un primo controllo che il materiale segua le linee guida sulla visual identity.

2.1. Organizzazione di eventi per il pubblico

Nell'organizzazione degli eventi del progetto è necessario garantire quanto segue:

1. Bilinguismo in italiano e sloveno:

- **Materiali promozionali stampati e non stampati:**
Tutti i materiali promozionali realizzati nell'ambito del progetto devono essere bilingue. Nel caso vengano organizzati due eventi "a specchio" (ossia eventi con contenuti identici che si svolgono in Italia e in Slovenia), è possibile stampare i materiali separatamente in ciascuna lingua, a condizione che i contenuti siano completamente equivalenti. L'organizzatore è responsabile della qualità e coerenza delle traduzioni.
- **Servizi di interpretariato per il pubblico:**
Durante gli eventi è necessario garantire l'interpretariato simultaneo o consecutivo in italiano e sloveno. L'interpretariato non è richiesto solo in

casi eccezionali, approvati in anticipo dal Segretariato Congiunto o specificati nella domanda di progetto (ad esempio, per eventi "a specchio" ripetuti in entrambi i paesi).

2. Partecipazione paritaria di italiani e sloveni:

A tutti gli eventi finanziati dal progetto deve essere garantita una partecipazione equa per entrambe le comunità linguistiche. Questo include l'obbligo di fornire interpretariato simultaneo o consecutivo, tranne nel caso di eventi "a specchio".

3. Informazioni chiare negli inviti e nelle comunicazioni:

Gli inviti e le comunicazioni relative agli eventi devono indicare chiaramente come saranno garantiti i contenuti nelle due lingue.

4. Bilinguismo nelle presentazioni:

Tutte le slide presentate durante l'evento devono essere mostrate simultaneamente sia in italiano sia in sloveno.

Queste disposizioni assicurano il rispetto dei principi di equità, accessibilità e comprensione reciproca tra i partecipanti delle due comunità linguistiche.

2.2. Modelli per social media

Per facilitare il lavoro dei partner e garantire la riconoscibilità delle iniziative del progetto, sono stati creati dei modelli grafici che i partner possono utilizzare per promuovere il progetto.

2.3. Modelli Jems

Tutti i modelli scaricati dal portale JEMS per il progetto KAŠTellieri sono disponibili nella cartella condivisa.

Elenco modelli:

- Agenda
- Comunicato stampa
- Adesivo per equipment
- Targa
- Poster
- Roll-up
- Volantino
- Foglio presenze eventi
- Presentazioni power point
- Blocco note (gadget)

- Cartellina (gadget)

Allegato I: Programmazione attività

• **Social Media:** I canali dei partner del progetto, come Facebook, LinkedIn e Instagram, verranno utilizzati per coinvolgere il pubblico e diffondere informazioni. I social media saranno utilizzati con un tono di voce informale, diretto principalmente ai cittadini e adattato per un pubblico più giovane. Almeno una volta a settimana, Venetian Cluster aggiornerà il canale social con notizie ed eventi, taggando i partner e il programma Interreg IT-SI e utilizzando il modello creato su Canva per mantenere sempre la corretta identità visiva. I social media verranno utilizzati per diffondere i contenuti inseriti nella piattaforma.

• **Comunicati stampa:** Per informare i media sui risultati del progetto e sugli eventi. Quando si avvicinano i principali risultati o eventi da annunciare, verrà preparato un comunicato stampa. Se il comunicato riguarda eventi, la lingua utilizzata sarà: inglese e la lingua della sede dell'evento (opzionale una terza lingua: italiano/croato). Se il comunicato riguarda un risultato del progetto, la lingua sarà inglese, italiano e croato.

• **Eventi:** Workshop, conferenze e azioni pilota per sensibilizzare e coinvolgere gli stakeholder. Almeno 3 settimane prima dell'evento, deve essere comunicato al responsabile della comunicazione, insieme all'agenda dell'evento e un'immagine o poster per comunicarlo. Ogni evento sarà comunicato sul sito web del progetto il prima possibile.

• **Newsletter:** Aggiornamenti regolari a stakeholder e partner sui progressi e i risultati del progetto. Almeno 4 volte durante la durata del progetto verrà creata una newsletter con i contenuti comunicati e condivisi dai partner del progetto. Tutti i partner saranno responsabili di condividerla con il proprio pubblico e stakeholder. Le regole linguistiche sono le stesse dei comunicati stampa.

Attività e tempistiche

Il piano di comunicazione include una serie di attività pianificate per tutta la durata del progetto, con tempistiche specifiche per ciascuna attività al fine di garantire una comunicazione tempestiva ed efficace. Le attività includono:

• **Aggiornamenti mensili del sito web:** Aggiornamenti regolari sui progressi del progetto e sulle novità.

• **Campagne sui social media:** Campagne tematiche.

- **Comunicati stampa:** Rilasciati per traguardi e eventi chiave.
- **Eventi:** Organizzati durante tutto il progetto per coinvolgere gli stakeholder e sensibilizzare.
- **Newsletter:** Aggiornamenti trimestrali per mantenere informati gli stakeholder.
- **Conferenza annuale:** Organizzazione di una conferenza annuale per condividere i progressi, scambiare idee e celebrare i risultati di progetto.

Allegato II: Visual identity di progetto