

Interreg
Italia-Slovenija



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

Strategia di comunicazione e piano di attuazione della comunicazione del progetto WASTE DESIGN 2.0

Postumia, febbraio 2024



CONTENUTO

CONTENUTO	2
1 INTRODUZIONE	3
2 PRESENTAZIONE DEL PROGETTO	4
2.1 SUL PROGETTO	4
2.1.1 INFORMAZIONI DI BASE	4
2.1.2 OBIETTIVI	4
2.1.3 RISULTATI	5
2.2 ATTIVITA' PROGETTUALI	5
4 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO WASTE DESIGN 2.0	6
4.1 FINALITÀ E OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	7
4.2 PRINCIPI DI STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	8
4.3 IL RUOLO DEI PARTNER NELLA COMUNICAZIONE	8
5 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	8
5.1 CANALI DI COMUNICAZIONE	9
5.2 LOGO DEL PROGETTO	10
5.2 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	12
5.3 CONTENUTI E CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	22
6 VALUTAZIONE DELL'ATTUAZIONE E DELL'EFFETTO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	24

1 INTRODUZIONE

La comunicazione a tutti i livelli e in tutte le sfere della vita è la chiave per la comprensione, le relazioni, la visibilità, la cooperazione e l'integrazione. La comunicazione è essenziale anche nel contesto dell'attuazione dei progetti. Una comunicazione buona ed efficace, ma soprattutto attentamente pianificata e continua è la base per la cooperazione ed è anche cruciale per l'attuazione del progetto transfrontaliero WASTE DESIGN 2.0, che viene attuato nell'ambito del Programma INTERREG VI-A ITALIA - SLOVENIA 2021-2027.

Inoltre, la comunicazione è anche un prerequisito per tutti i programmi europei che in questo modo diffondono i loro risultati, non solo tra i partner del progetto, ma anche tra il pubblico esterno ai gruppi di progetto. La comunicazione è quindi parte integrante delle procedure di lavoro a tutti i livelli, per tutta la durata del progetto e in tutti i cicli di attuazione del programma.

Un'importante strategia di comunicazione è incentrata sulla sensibilizzazione al Programma, ai suoi assi prioritari e alle opportunità di cofinanziamento, allo sviluppo di strumenti di comunicazione per aiutare i beneficiari e alla promozione dei risultati e dei raggiungimenti del programma.

La strategia di comunicazione per il progetto WASTE DESIGN 2.0, pianificata per l'intera durata del progetto (ottobre 2023 - settembre 2025), comprende lo scopo e gli obiettivi di comunicazione, i principi e i ruoli dei partner di comunicazione, i destinatari, i contenuti e tempi delle attività di comunicazione, la definizione dei criteri di valutazione, degli indicatori...

Il piano d'azione per la comunicazione mira a guidare tutte le attività di comunicazione e promozione, e i canali di comunicazione e i gruppi target si rivolgeranno ad essi al fine di fornire un piano d'azione di attuazione dettagliato in linea con le norme dell'UE e le migliori pratiche degli Stati membri che lo producono.

2 PRESENTAZIONE DEL PROGETTO

2.1 SUL PROGETTO

2.1.1 INFORMAZIONI DI BASE

Titolo del progetto:

SVILUPPO DI SOLUZIONI COMUNI E SPERIMENTAZIONE DI TECNOLOGIE INNOVATIVE NEL CAMPO DELLA GESTIONE DEI RIFIUTI E DEL LORO RIUTILIZZO PER PROMUOVERE L'ECONOMIA CIRCOLARE

Valore del progetto:

738.982,80 euro (di cui 591.186,24 euro contributo FESR)

Durata del progetto:

1/10/2023 - 30/9/2025

Partner del progetto:

- Comune di Postumia
- Azienda di servizi pubblici Izola d.o.o.
- Comune di Nova Gorica
- Università IUAV di Venezia
- Comune di Devin Nabrežina

Il progetto WASTE DESIGN 2.0, implementato nell'ambito del programma INTERREG VI-A ITALIA - SLOVENIA 2021-2027, affronta la sfida comune di promuovere tecnologie verdi innovative per migliorare la protezione ambientale e l'efficienza delle risorse nel campo dei rifiuti.

2.1.2 OBIETTIVI

L'obiettivo generale è razionalizzare la raccolta dei rifiuti urbani, ridurla attraverso l'uso di tecnologie verdi e ridurre la produzione di rifiuti non classificati sensibilizzando i gruppi target (aziende/lavoratori del settore e popolazione) sui temi dell'economia circolare, attraverso l'implementazione di un nuovo Centro Riciclaggio Rifiuti.

2.1.3 RISULTATI

I risultati degli studi pilota saranno condivisi con tutti gli enti coinvolti nella raccolta dei rifiuti. Si tratta di una nuova soluzione per lo scambio di conoscenze a livello transfrontaliero.

Risultato 1: Innovazione nella gestione dei rifiuti urbani ottimizzata con l'introduzione di un'attività pilota sul territorio.

- Istituzione di un sistema per il monitoraggio della percentuale di riempimento delle diverse tipologie di raccoglitori di rifiuti stradali e sotterranei - questi dati saranno trasmessi e registrati tramite software gestionali. I dati sui singoli cassonetti e la loro geolocalizzazione determinata dal sistema GPS consentiranno una gestione ottimale dei rifiuti raccolti e, a lungo termine, consentiranno l'ottimizzazione di: percorsi dei camion utilizzati per lo svuotamento (riducendo la lunghezza del percorso, le emissioni nell'atmosfera, il consumo di carburante consumi e il rumore); disposizione dei cassonetti all'interno delle aree di copertura; impatto ambientale delle isole di raccolta dei rifiuti (con implicazioni dirette per l'attrattività turistica); utilizzo delle risorse umane e delle attrezzature.
- Introduzione di un sistema di identificazione dell'utente che consentirà di porre le basi per lo sviluppo del concetto di "Pago per i rifiuti che produco".

2. Riduzione a lungo termine della percentuale di rifiuti solidi urbani indifferenziati.

- La sensibilizzazione si è concentrata sulla preparazione di alcuni prototipi di attrezzatura stradale secondo i principi del wastedesign utilizzando materiali di riciclo che aiutano a diffondere il concetto di economia circolare.
- Istituzione di un Centro per il riutilizzo dei rifiuti ingombranti.

2.2 ATTIVITA' PROGETTUALI

Tutte le attività che si svolgono all'interno di ciascun pacchetto di lavoro saranno collegate dai partner attraverso una strategia di comunicazione e una linea di base visiva comune (CGP). Tutte le attività di comunicazione mostreranno chiaramente il sostegno del Fondo Europeo di Sviluppo Regionale nell'ambito del Programma di

Cooperazione Interreg VI-A Italia-Slovenia 2021-2027, in conformità con le norme vigenti. La strategia di comunicazione si basa sulla diffusione dei risultati del progetto e sul dialogo.

4 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO WASTE DESIGN 2.0

La strategia di comunicazione definisce i canali e gli strumenti di comunicazione che avverranno durante il progetto WASTE DESIGN 2.0. Spiega come le attività saranno armonizzate con i requisiti di promozione e comunicazione in conformità con gli obiettivi prefissati. La strategia comunicativa di WASTE DESIGN 2.0 viene quindi attuata per tutta la durata del progetto, dal 1 ottobre 2023 al 30 settembre 2025.

L'obiettivo chiave della strategia di comunicazione del progetto è diffondere informazioni, aumentare la consapevolezza e la comprensione del progetto WASTE DESIGN 2.0 e consentire ai gruppi target identificati di comprendere gli obiettivi e lo scopo del progetto e di raggiungere i risultati attesi nell'area del progetto.

La strategia di comunicazione consente inoltre un'efficiente diffusione delle informazioni per il raggiungimento degli obiettivi prefissati, che riguardano:

- aumentare la visibilità dell'area transfrontaliera e della cooperazione,
- migliorare e ottimizzare la gestione dei rifiuti,
- impegno per lo sviluppo sostenibile e la riduzione dei rifiuti,
- trovare soluzioni innovative ed esempi di buone pratiche,
- sensibilizzazione del pubblico in generale.

La strategia di comunicazione contribuisce alla trasparenza dell'attuazione e alla misurazione dell'impatto del progetto e aiuta i suoi partner, partner associati e utenti finali a sensibilizzare sul loro ruolo nello sviluppo regionale e transfrontaliero.

La strategia di comunicazione garantisce l'integrazione delle attività del progetto al fine di ottenere il massimo impatto per tutta la durata del progetto, in modo da coinvolgere tutti i partner del progetto. La strategia di comunicazione sarà basata sulla diffusione dei risultati del progetto e sul dialogo e includerà un'istantanea, gruppi target, obiettivi, messaggi chiave del progetto, attività di comunicazione e misurazione del successo nel raggiungimento degli obiettivi.

La comunicazione sarà indirizzata ai seguenti gruppi target:

- organi direttivi a tutti i livelli,
- istituti di istruzione e ricerca,

- piccole e medie imprese,
- stakeholder, comprese le ONG,
- comunità locali e popolazione dell'area transfrontaliera,
- il pubblico generale,
- i media,
- i partner del progetto.

4.1 FINALITÀ E OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Le attività di comunicazione di WASTE DESIGN 2.0 mirano a:

- 1) fornire informazioni sull'attuazione del progetto ai principali gruppi target,
- 2) aumentare la consapevolezza e la comprensione della sua importanza tra i principali gruppi target;
- 3) consentire ai gruppi target identificati di comprendere gli obiettivi del progetto.

La strategia di comunicazione del progetto consente una diffusione più efficace delle informazioni sugli obiettivi specifici del progetto al fine di raggiungere i seguenti obiettivi WASTE DESIGN 2.0:

- razionalizzazione della raccolta dei rifiuti urbani
- riduzione dei rifiuti utilizzando tecnologie verdi
- riduzione della produzione di rifiuti non classificati

Si cercheranno miglioramenti nella gestione dei rifiuti attraverso una comunicazione mirata e strategica durante tutto il progetto, che includerà:

- stretta cooperazione, scambio di opinioni, esperienze e buone pratiche tra i partner del progetto attraverso riunioni di partenariato,
- sensibilizzazione dei gruppi target attraverso i media,
- sensibilizzazione della comunità locale attraverso conferenze stampa e messaggi, annunci mediatici sui social network, attività promozionali in occasione di eventi,
- aumentare il livello di conoscenza attraverso materiali scritti, media, pubblicazioni, pubblicazioni promozionali.

Le attività di comunicazione contribuiranno a creare le condizioni per innescare i necessari cambiamenti comportamentali e sensibilizzare il grande pubblico e il vasto pubblico sull'importanza di una corretta gestione dei rifiuti e dell'economia circolare, anche attraverso la realizzazione del nuovo Centro di Riutilizzo dei Rifiuti. I gruppi target più importanti svolgeranno un ruolo importante in questo, compresi i media, i residenti locali, le aziende, i lavoratori del settore...

4.2. PRINCIPI DI STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione e tutte le attività di comunicazione definite, in essa contenute, saranno attuate secondo principi omogenei e chiari:

- Tutti i partner sono a conoscenza di tutti i canali di comunicazione e degli strumenti disponibili che hanno a disposizione.
- Le informazioni saranno aggiornate e corrette.
- Le informazioni saranno chiare, accessibili e comprensibili.
- Adattabilità e pertinenza dei messaggi ai singoli gruppi target.
- Uso coerente e chiaro degli elementi di comunicazione.
- Creazione di un elenco di tutte le pubblicazioni.
- Se necessario, la comunicazione esistente viene aggiornata con elementi aggiuntivi.

4.3 IL RUOLO DEI PARTNER NELLA COMUNICAZIONE

Una gestione responsabile e attenta del progetto e la divisione delle singole attività di cui sono responsabili i seguenti partner sono importanti per l'attuazione delle attività del progetto:

- **Comune di Postumia - partner leader:**
 - Coordinamento e gestione di tutte le attività di comunicazione
 - Preparazione del Piano di Comunicazione
- **Altri partner:**
 - Partecipazione attiva agli eventi e alle attività del progetto e a i contenuti
 - Diffusione regolare di notizie sull'attuazione delle attività del progetto e dei risultati per le esigenze di pubblicazione sui vari canali di comunicazione
 - Cooperazione e coordinamento nella preparazione del materiale promozionale

5 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Nei progetti europei, una delle attività obbligatorie è l'informazione e la comunicazione con i partner, i gruppi target e il pubblico in generale a cui è destinato

il progetto. È importante anche la comunicazione e l'informazione regolari con le autorità competenti dei co-finanziatori del progetto. A tal fine, attraverso l'immagine grafica complessiva del progetto, enfatizziamo chi finanzia il progetto e da quale programma, chi vi partecipa, a chi è destinato e altri, il tutto pensato con determinati elementi di marketing e pubblicità.

Per garantire un'immagine unitaria e riconoscibile del progetto al pubblico, il logo del co-finanziatore, la tipografia, i colori, la disposizione dell'immagine sui materiali promozionali, il carattere, ecc. devono essere evidenziati in tutte le attività di comunicazione. È importante che tutto il materiale prodotto per rappresentare il progetto sia coerente e progettato secondo un design grafico integrato predefinito, in quanto comunica le attività del progetto ad altri media, promuove il co-finanziatore e gli attuatori del progetto e presenta le attività e i risultati attesi.

5.1 CANALI DI COMUNICAZIONE

La visibilità e la promozione del progetto saranno assicurate da una varietà di strumenti e canali di comunicazione attentamente progettati e preparati. Tutte le attività saranno comunicate dai partner del progetto attraverso il sito web del programma Interreg Italia-Slovenia. Inoltre, i partner del progetto utilizzeranno i sotto siti del progetto esistenti e i social media per la comunicazione.

Verranno utilizzate parole chiave (hashtag) per garantire una comunicazione coerente e visibile sui canali dei social media. Questi sono collegati al progetto e riflettono i temi, gli obiettivi e i messaggi chiave del progetto, rendendo più facile per gli utenti scoprire il contenuto del progetto e interagire con esso. Gli hashtag sono specifici della pubblicazione e devono includere (ma non limitarsi a):

	#Hashtags
Hashtag del progetto (obbligatori)	#WasteDesign #InterregProgramme #InterregITASLO #AGreenerEurope #CircularEconomy #WasteManagement
Hashtag tematici (consigliati)	#EUprojects #EUGreenDeal #EUsustainability #ClimateNeutralEU #EUinnovations #EUNetZero #GreenEconomy #SustainabilityDevelopment #SustainabilityProjects

5.2 LOGO DEL PROGETTO

La progettazione grafica integrata è la base per un'immagine visiva coerente e unitaria del progetto WASTE DESIGN 2.0. La componente più nota dell'immagine grafica aziendale è solitamente il logo che si è affermato anche nella prima fase delle attività di comunicazione del progetto WASTE DESIGN. Questa è la base e il punto di partenza per creare istruzioni per mantenere un'immagine visiva unificata: questo è lo scopo principale dell'immagine grafica complessiva. Il progetto grafico integrato è una guida per l'utilizzo degli elementi visivi del progetto. Definendo gli elementi visivi di base, consentiamo ai diversi appaltatori/partner di avere un punto di partenza visivo e una base per un aspetto unificato. Gli elementi visivi di base sono il tipo di scrittura, i colori, il logo e i simboli.

I principali punti di partenza nella progettazione del logo del progetto sono stati gli obiettivi del progetto che sottolineano la riduzione dei rifiuti e la costituzione di elementi urbani utilizzando rifiuti o materiali riciclati. Segue l'intero concetto di elementi di comunicazione o la preparazione di un logo, che illustra:

- Riutilizzo dei rifiuti.
- Utilizzo di tecnologie innovative e green.
- La forma.



**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

Il logo del progetto selezionato è in linea con gli altri loghi del programma INTERREG VI-A ITALIA - SLOVENIA 2021-2027. WASTE DESIGN 2.0 prende il nome dall'obiettivo dell'UE di muoversi verso un'"Europa più verde" ("A Greener Europe"), che significa un'Europa senza emissioni di carbonio.

**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

**Interreg
Italia-Slovenija**



Cofinanziato
dall'Unione europea
Sofinancira
Evropska unija

WASTE DESIGN 2.0

5.2 ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

PIANO

STRUMENTO / CANALE DI COMUNICAZIONE	ATTIVITA' E SCOPO	PARTNER RESPONSABILE	GRUPPO TARGET	TEMPO DI ATTUAZIONE	INDICATORI MISURABILI
ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PREVISTE / OBBLIGATORIE					
STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	Aggiornamento del piano di comunicazione per il progetto. Definizione delle principali attività di comunicazione e modalità di attuazione e finalità delle stesse.	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> I partner del progetto 	Febbraio 2024	<p>Documento redatto, strutturato, aggiornato e conforme alle disposizioni del progetto che guiderà l'attuazione delle attività di comunicazione.</p> <p>1 x piano di comunicazione</p>
SITO WEB	Comunicare	Comune di	<ul style="list-style-type: none"> I partner 	Regolarmente, per	Informazioni attuali e



	<p>informazioni di base e aggiornate sul progetto e sulla sua attuazione sulla pagina del progetto (www.ita-slo.eu/wastedesign) e sottopagine del progetto all'interno del Sito web del partner leader (Comune di Postumia).</p> <p>Identificazione di tutte le informazioni chiave e attuali all'interno del</p>	<p>Postumia</p> <p>Collaborano tutti i partner del progetto.</p>	<p>del progetto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunità locale • Pubblico in genere • I media 	<p>tutta la durata del progetto</p>	<p>regolari sul sito web</p> <p>2 x sito web con informazioni sul progetto</p>
--	---	--	--	-------------------------------------	---



	progetto				
SOCIAL NETWORK	Diffusione delle informazioni sul progetto - su attuazione e risultati, sensibilizzazione sulla politica di coesione dell'UE...	Comune di Postumia Collaborano tutti i partner del progetto.	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere 	Regolarmente, per tutta la durata del progetto	<p>Pubblicazioni regolari delle attività in corso, ottenendo seguaci e diffusione/condivisione veloce/aggiornata delle informazioni. In tutte le pubblicazioni ai fini della condivisione su altri siti e profili identifichiamo organizzazioni, individui che rappresentano o sono correlati al contenuto della pubblicazione.</p> <p>2 x social network (Linkedin, FB)</p>



ELEMENTI DI MARCATURA	<p>Assicurazione del poster del progetto e roll-up promozionale (pinguino) per tutti e quattro i partner.</p> <p>Diffusione di informazioni sul progetto e promozione del progetto in occasione di eventi, organizzazioni, sul campo.</p>	<p>Comune di Postumia</p> <p>Tutti i partner del progetto ricevono gli elementi di marcatura.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere 	<p>Fornitura/acquisto di elementi di marcatura nei primi sei mesi di attuazione del progetto, altrimenti uso regolare, per tutta la durata del progetto</p>	<p>Uso coerente degli elementi di marcatura in tutte le attività relative al progetto.</p> <p>4 x poster del progetto, roll up (in sloveno e in italiano)</p>
MATERIALE PROMOZIONALE	<p>Assicurazione di blocchi notes e buste promozionali</p>	<p>Comune di Postumia</p> <p>Il materiale</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità 	<p>Fornitura/acquisto di elementi di marcatura nei primi sei mesi di</p>	<p>Visibilità e promozione del progetto.</p> <p>2 tipi di materiale</p>



	<p>per tutti e quattro i partner.</p> <p>Diffusione delle informazioni sul progetto e promozione del progetto tra i partner commerciali, nella comunità locale e oltre, in occasione di eventi...</p>	<p>promozionale viene ricevuto da tutti i partner del progetto.</p>	<p>locale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pubblico in genere • I media 	<p>attuazione del progetto, altrimenti uso regolare, per tutta la durata del progetto</p>	<p>promozionale</p>
<p>MATERIALE PROMOZIONALE STAMPATO</p>	<p>Presentazione dei risultati e degli effetti del progetto alla fine del progetto stesso e enfasi sulla sostenibilità dei risultati.</p>	<p>Comune di Postumia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere • I media 	<p>Prima della fine/alla fine delle attività del progetto.</p>	<p>Diffusione dei risultati, promozione del progetto, sostenibilità dei risultati</p> <p>1 volantino e 1 opuscolo (in sloveno e in italiano)</p>



PUBBLICITÀ SU CARTA STAMPATA	<p>Publicazione di quattro annunci stampati (2 in Slovenia e 2 in Italia).</p> <p>Diffusione delle informazioni e promozione del progetto e delle attività nei media, presso il vasto pubblico.</p>	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> • Comunità locale • Pubblico in genere 	Durante e alla fine del progetto	<p>Diffusione dei risultati, promozione del progetto</p> <p>4 x annunci (in sloveno e italiano)</p>
EVENTI	Realizzazione di 4 eventi: incontro introduttivo, conferenza stampa di chiusura e due eventi	Un partner è responsabile di ogni evento	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblico in genere • I media 	All'inizio e alla fine del progetto e due eventi in mezzo.	Rapporto sugli eventi eseguiti (4x)



	<p>promozionali intermedi.</p> <p>Presentazione del progetto e presentazione delle attività e dei risultati del progetto.</p>				
RELAZIONI	<p>Redazione di una relazione sulle attività di comunicazione realizzate.</p> <p>Relazione e pianificazione delle attività di comunicazione.</p>	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto 	Ogni 6 mesi (4 volte per la durata del progetto)	4 relazioni sulle attività di comunicazione realizzate e pianificate

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE CONSIGLIATE / AGGIUNTIVE**COMUNICATI PER I MEDIA**

Preparazione di testi sul progetto per la pubblicazione su vari media.

ADREMA DEI MEDIA

Ciascun partner creerà un elenco di media per informarli su importanti attività del progetto.

MESSAGGI VISIVI

Fotografie delle attività realizzate, di riunioni di lavoro dei partner di progetto, di contenuto generale - economia circolare...

GIOCHI A PREMI

I giochi a premi per il vasto pubblico sono condotti attraverso i social network. I giochi a premi avranno lo scopo di incoraggiare il coinvolgimento dei partecipanti/gruppi target dell'ambiente locale nelle attività del progetto.

CONSIGLI UTILI PER GLI UTENTI

Al fine di sensibilizzare i cittadini e il pubblico in generale, verranno istituiti regolarmente consigli utili in generale sulla gestione dei rifiuti, soluzioni sostenibili, economia circolare...

MATERIALE FOTOGRAFICO E GRAFICA

Il materiale fotografico rappresenta un database di fotografie di qualità sull'argomento del progetto, accessibile a tutti i partner del progetto. Ha anche senso preparare grafici generali sui contenuti del progetto. Ciò viene utilizzato in vari materiali promozionali cartacei e strumenti digitali (siti web, social network).

CARTELLA PROMOZIONALE

La cartella promozionale, che contiene le informazioni di base sul progetto e tutti i link utili ai canali attuali) viene utilizzata per promuovere il progetto in vari eventi (fiere, meeting, incontri di lavoro).

GIORNALI COMUNALI



CONTRIBUTI RADIO E VIDEO
PARTECIPAZIONE A EVENTI/AZIONI LOCALI OCCASIONALI
CELEBRAZIONE DELLE GIORNATE INTERNAZIONALI RILEVANTI

5.3 CONTENUTI E CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

CONTENUTO (CHE COSA?)	DEFINIZIONE DEI TERMINI DI SCADENZA (QUANDO?)	PUBBLICO DI DESTINAZIONE (A CHI?)	CANALE / STRUMENTO DI COMUNICAZIONE (DOVE E COME?)	PARTNER RESPONSABILE (CHI?)
Informazioni generali sul progetto	Il primo periodo del progetto	Pubblico in genere	Sito web del progetto, sottopagina del progetto del partner leader, social network Pubblicazione dell'immagine visiva (nome, logo) del progetto e informazioni di base, presentazione del progetto.	Il partner leader (Comune di Postumia) è responsabile dell'amministrazione, mentre tutti i partner sono responsabili di tenere conto dell'immagine visiva e di fornire informazioni aggiornate sul progetto nelle pubblicazioni.
Informazioni sull'attuazione del progetto	October 2023	Pubblico in generale, media	Sito web, social media, comunicato stampa, poster / cartellone del progetto. Una chiara presentazione del progetto e delle attività che si svolgeranno nel suo ambito e il loro scopo.	Il Comune di Postumia si occuperà della preparazione delle informazioni e della pubblicazione su tutti i canali (sito web, social network) e condividerà le informazioni con altri partner che diffonderanno attraverso i propri canali.

Informazioni su attività, eventi nell'ambito del progetto	Continuamente, per tutta la durata del progetto	Pubblico in generale, comunità locale, media, partner di progetto	Sito web del progetto, sottopagina del progetto, social network, comunicati stampa, materiale promozionale, poster del progetto, roll up, contributi radiofonici e video, pubblicità stampata, newsletter comunali.... Diffusione delle informazioni attuali sul progetto e promozione del progetto, presentazione delle attività e dei risultati...	Il partner leader (Comune di Postumia) è responsabile del coordinamento e della gestione delle attività di comunicazione, comunque tutti i partner riferiscono sulle loro attività.
Completamento del progetto e risultati del progetto	Al termine del progetto (agosto e settembre 2025)	Pubblico in generale, media	Pubblicazioni per i media, conferenza stampa, canali del progetto (sito web e social network), brochure, volantini	Il partner leader (Comune di Postumia) è responsabile del coordinamento e della gestione delle attività di comunicazione, comunque partecipano anche tutti gli altri partner.
Altre attività di progetto	Continuamente, per tutta la durata del	Partner del progetto, comunità	Riunioni periodiche di partenariato,	Il coordinamento e l'attuazione delle attività promozionali

	progetto	locale	relazioni sulle attività di comunicazione attuate e pianificate.	è guidato dal partner leader (Comune di Postumia)
--	----------	--------	--	---

6 VALUTAZIONE DELL'ATTUAZIONE E DELL'EFFETTO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

La realizzazione e l'effetto delle attività di comunicazione nell'ambito del progetto WASTE DESIGN 2.0 saranno monitorati con l'aiuto di relazioni periodiche di partenariato sulle attività di comunicazione implementate di cui è responsabile il Partner leader (Comune di Postumia) ovvero quattro volte durante l'intera durata del progetto. Riferirà sull'attuazione e sugli effetti ai restanti partner in riunioni periodiche di partenariato, ogni sei mesi. Il rapporto fornirà una panoramica delle attività svolte, del numero di post, del numero di follower...

Ogni volta, la relazione offre l'opportunità di valutare ciò che è stato fatto e ciò che è stato raggiunto sulla base del piano di comunicazione, il che significa che le prestazioni in un determinato periodo possono essere valutate in modo oggettivo e, ove possibile, si possono prendere decisioni sulla strada da seguire. Per preparare un rapporto, è importante tenere un registro coerente delle pubblicazioni, seguire le pubblicazioni sui media (clipping) e monitorare le apparizioni sui social media. La chiave è la cooperazione tra i partner o la comunicazione coerente dei restanti partner del progetto con il partner leader, che è il coordinatore e capo delle attività di comunicazione. Al termine del progetto, il partner leader redige una relazione finale che mostrerà quanto realizzato in termini di condizioni progettuali, organizzazione delle singole attività e processi di comunicazione.

Attività di progetto	Base/indicatore di monitoraggio
Visibilità del progetto	Numero di pubblicazioni sul sito Web del progetto e sull' sotto pagina del progetto
	Numero di post e attività sui social media
	Numero di pubblicazioni sui social



	media
	Numero di comunicati per i media
	Numero di visite al sito web, numero di follower sui social network
Raggiungimento degli effetti e i risultati del progetto	Rapporti regolari sullo stato di avanzamento del progetto
Partecipazione dei gruppi target e di altri interessati	Iniziative di cooperazione, reazioni alle attività progettuali (pubblicazioni)
Efficienza ed efficacia dell'uso delle risorse finanziarie	Monitoraggio dell'esecuzione del budget del progetto
Partecipazione dei partner del progetto	Comunicazione regolare e informazione reciproca sulle attività del progetto