

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

Postumia, gennaio 2022

INDICE

1 INTRODUZIONE	3
2 PRESENTAZIONE DEL PROGETTO	4
2.1 SUL PROGETTO	4
2.1.1 INFORMAZIONI DI BASE.....	4
2.1.2 OBIETTIVI.....	5
2.1.3 RISULTATI.....	5
2.2 ATTIVITÀ PROGETTUALI	6
2.2.1 PACCHETTI DI LAVORO.....	6
4 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO WASTE DESIGN.....	11
4.1 FINALITÀ E OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	11
4.2. PRINCIPI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	12
4.3 IL RUOLO DEI PARTNER NELLA COMUNICAZIONE	12
5 ATTIVITÀ E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	13
5.1 LOGO DEL PROGETTO.....	13
5.2 PIANO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.....	17
5.3 CONTENUTI E CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.....	22
6 VALUTAZIONE DELL'ATTUAZIONE E DELL'EFFETTO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE ...	23

1 INTRODUZIONE

La comunicazione a tutti i livelli e nelle aree della vita è la chiave per la comprensione, le relazioni, la visibilità, la collaborazione e il networking (creazione di una rete di contatti). La comunicazione è essenziale anche nel contesto dell'attuazione dei progetti. Una comunicazione buona ed efficiente, ma soprattutto pianificata e continua, è la base della cooperazione e fondamentale per l'attuazione del progetto transfrontaliero Waste design.

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 al 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, pianificata per l'intera durata del progetto (ottobre 2021 - marzo 2023), include finalità e obiettivi di comunicazione, principi e ruoli dei partner nella comunicazione, gruppi target, contenuto e programma delle attività di comunicazione, definizione di criteri di valutazione, 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:

UTILIZZO DI TECNOLOGIE VERDI INNOVATIVE PER LA RACCOLTA DEI RIFIUTI URBANI E PROMOZIONE DEL RICICLO

Valore del progetto:

650.774,00 euro (di cui 553.157,90 euro contribuito dallo FESR)

Durata del progetto:

1/10/2021 - 31/03/2023

partner del progetto:

- Comune di Postumia
- Società di servizi pubblici Isola
- IUAV
- Isonatina ambiente S.R.L.

Il progetto WASTE DESIGN affronta la sfida comune di promuovere tecnologie verdi innovative per migliorare la protezione ambientale e l'efficienza delle risorse nel settore 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 cassonetti per i 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; l'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 ATTIVITÀ 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). In conformità con le regole, sarà chiaramente espresso in tutte le attività di comunicazione il sostegno del Fondo europeo di sviluppo regionale del Programma di cooperazione Interreg V-A Slovenia-Croazia per il periodo 2014-2020. La strategia di comunicazione si basa sulla diffusione dei risultati del progetto e sul dialogo.

2.2.1 PACCHETTI DI LAVORO

Il piano di lavoro contiene le attività del progetto, suddivise in 5 pacchetti di lavoro. Questi sono i seguenti:

PL 0 PREPARAZIONE DEL PROGETTO

Attività: Attività preparatorie per la preparazione del modulo di iscrizione del progetto

partner responsabile: Comune di Postumia

Durata: 15.1.2019 - 1.9.2022

I partner hanno definito gli obiettivi, le attività del progetto e i metodi di cooperazione transfrontaliera, la distribuzione del carico di lavoro e il rafforzamento della cooperazione. Tutti i partner hanno partecipato attivamente alla fase preparatoria del progetto, fornendo i dati e le informazioni necessari, apportando modifiche e correzioni. Il partner leader ha messo a disposizione il proprio personale per coordinare le attività preparatorie raccogliendo e integrando le informazioni ricevute dai partner e predisponendo le parti generali del progetto, il piano finanziario definitivo del progetto sulla base dei dati dei partner e l'accordo di partenariato. Si è occupato della traduzione del modulo di iscrizione, della correzione linguistica e del caricamento di tutti i dati e della documentazione allegata sulla piattaforma FEG. Al momento della ri-iscrizione, il partner leader, insieme ad altri partner, si è occupato di aggiornare il modulo del progetto.

PL 1 GESTIONE DEL PROGETTO

Attività: Coordinamento del progetto

partner responsabile: Comune di Postumia

Durata: 1/10/2021-31/3/2023

L'obiettivo principale è uno svolgimento coordinato, tempestivo e corretto del progetto e il coordinamento dei rapporti tra il partenariato e l'Autorità di Gestione (AG) del programma come pure tra i partner stessi. Le attività prevedono la collaborazione del partner leader e di tutti i partner di progetto. Il partner leader è responsabile della gestione degli affari amministrativi, finanziari e legali della partnership e del coordinamento tecnico e professionale del progetto.

Le attività del partner leader includono: a) la gestione delle attività di progetto in conformità con la proposta di progetto, b) l'organizzazione di riunioni di progetto regolari, c) la gestione del Consiglio, č) la rappresentanza dei partner di progetto presso l'AG, d) la preparazione di tutti i rapporti di progetto e altri documenti necessari, e) informare regolarmente i partner sullo stato di avanzamento del progetto, f) coordinare le modifiche del progetto e del piano finanziario con i partner, g) monitorare l'utilizzo del budget e dei costi per tipologia e la tempistica di assegnazione dei fondi in base al modulo.

I compiti dei partner di progetto comprendono: 1) redazione di relazioni finanziarie sui costi e piena responsabilità per l'utilizzo delle risorse finanziarie ottenute, 2) informare sui progressi in termini di contenuto e/o quadro finanziario, informare su eventuali circostanze che ostacolano o impediscono ulteriori attività progettuali o per le quali debbano essere modificate le condizioni previste dal progetto, 3) preparazione di relazioni periodiche sulle attività dei DS a cui partecipa il partner, 4) partecipazione a riunioni periodiche e al processo decisionale del Consiglio degli Amministratori.

PL 2 COMUNICAZIONE

Attività: Comunicazione

partner responsabile: Comune di Postumia

Durata: 1/10/2021-31/3/2023

La comunicazione si svolgerà su due livelli (secondo due diversi obiettivi):

1. con coloro che svolgono l'attività lavorativa (aziende comunali e partecipanti nel settore della gestione dei rifiuti) e
2. con il pubblico e le parti interessate in generale.

Promuovendo i principi dell'economia circolare, l'obiettivo del progetto è sensibilizzare sul riciclo. All'interno delle organizzazioni saranno svolte attività formative per i dipendenti del settore. Il progetto e i principi dell'economia circolare saranno presentati al grande pubblico in occasione di eventi pubblici organizzati secondo le attuali condizioni epidemiologiche e con la produzione di apposito materiale promozionale.

Il partner leader è responsabile dell'organizzazione e del monitoraggio della comunicazione e dell'informazione sui risultati, ed è principalmente responsabile della preparazione del piano di comunicazione, dell'immagine grafica, dei documenti del progetto e del logo del progetto, dell'aggiornamento del sito web del progetto, della stampa di materiali promozionali e informativi (poster, volantini, dépliant) e dell'organizzazione di convegni dove verranno presentati i risultati raggiunti. Tutti gli altri partner sono responsabili della comunicazione e delle informazioni sia interne che esterne. I risultati dell'attività pilota saranno pubblicati sul sito web, informando così sui risultati raggiunti anche al di fuori dell'area geografica di riferimento.

PL 3.1 INFORMAZIONI GENERALI (DEFINIZIONE DI SOLUZIONI PILOTA)

Attività: Definizione di soluzioni pilota

Partner responsabile: Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala Isola s.r.l.

Durata: 1/10/2021 - 31/6/2022

Il pacchetto di lavoro si concentra sulla razionalizzazione della raccolta dei rifiuti urbani per processi di riciclaggio ottimali al fine di attuare i principi dell'economia circolare. Il progetto intende utilizzare due tecnologie innovative.

1. Il sistema pilota digitalizzato per il monitoraggio del riempimento di diverse tipologie di discariche urbane.
2. Verrà individuata e sperimentata un'attività relativa all'utilizzo di punti di raccolta intelligenti sotterranei o semi-interrati. Il controllo elettrico di tali cassonetti, brevettato in Italia e in Europa, consente il controllo sequenziale delle aperture, riducendo anche il numero di svuotamenti.

I partner del progetto verificheranno in quali Comuni sarebbe più opportuno svolgere l'attività pilota. Questi saranno oggetto di uno studio di fattibilità. I punti di raccolta sotterranei non solo copriranno i difetti di bellezza dei cassonetti dei rifiuti nei centri storici, ma ridurranno anche il numero degli svuotamenti a causa del volume maggiore dei cassonetti.

PL 3.2 INFORMAZIONI GENERALI (ECODESIGN)

Attività: Ecodesign
partner responsabile: IUAV
Durata: 1/10/2021-31/3/2023

La partnership sensibilizzerà l'opinione pubblica sul riciclo e sul riutilizzo dei rifiuti, sul valore dei materiali riciclati attraverso prodotti dal design ecologico e attraente realizzati con materie prime ecologiche o riciclate. Ciò sarebbe possibile trasformando determinati tipi di rifiuti in arredo urbano. Basandosi sulla conoscenza di Komunala Isola s.r.l., che trasforma i propri scarti edili in ghiaia mediante un semplice processo di macinazione e poi li riutilizza per la manutenzione delle aree verdi, la volontà è anche quella di utilizzare l'esperienza dello IUAV per definire ulteriori processi e materiali per la produzione di attrezzature urbane, a partire dalla raccolta differenziata dei rifiuti. L'obiettivo è sensibilizzare l'opinione pubblica sulle opportunità dell'economia circolare, come previsto dal Piano d'azione dell'UE per l'economia circolare e dalla Direttiva UE 2018/851, che vedono nella promozione dell'economia circolare un modo efficace per ridurre i rifiuti domestici e promuovere il riciclaggio. Il pacchetto di lavoro prevede anche la progettazione e la produzione di alcuni prototipi di arredo urbano che saranno messi in mostra dai partner di progetto. Inoltre, sarà predisposto un progetto preliminare per allestire un centro di riciclaggio per i rifiuti ingombranti prima che vengano avviati alla demolizione, con l'obiettivo di avvicinare ancora di più il riciclaggio alla popolazione.

PL 3.3 INFORMAZIONI GENERALI (IMPLEMENTAZIONE DI ATTIVITÀ PILOTA)

Attività: Implementazione di attività pilota
partner responsabile: Isontina Ambiente
Durata: 1/4/2022 - 31/3/2023

I partner utilizzeranno tecnologie verdi innovative con l'obiettivo di migliorare la gestione dei rifiuti urbani e verificheranno e testeranno le tecnologie durante la raccolta dei rifiuti. In futuro, l'infrastruttura informativa utilizzata potrebbe essere estesa ad altri settori, come il monitoraggio del rischio di alluvione, la gestione dell'illuminazione pubblica, la misurazione della qualità dell'aria, ecc. I risultati saranno messi a disposizione anche di altre aziende del settore, garantendo così la piena riproducibilità dei risultati e degli impatti, e in particolare la creazione di una rete regionale di cooperazione tra gli interessati coinvolti nel campo della gestione dei rifiuti. Il partner del progetto presenterà l'arredo urbano nel suo ambiente e lo presenterà come un esempio tangibile del potenziale dell'economia circolare. Il partner realizzerà un'installazione pilota di un centro di riutilizzo dei rifiuti nel Comune di Gorizia.

PL 4 INVESTIMENTO DI MINORE PORTATA



Attività: Installazione di isole sotterranee per la raccolta dei rifiuti
partner responsabile: Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala s.r.l.
Durata: 1/10/2021-31/3/2023

Il partner leader e la Javno podjetje Komunala Izola d.o.o. - Komunala s.r.l. realizzeranno lavori di investimento per l'installazione di un'isola sotterranea per la raccolta dei rifiuti. L'obiettivo principale dell'attività è quello di testare in pratica l'utilizzo delle nuove tecnologie per il controllo della pienezza e l'apertura dei cassonetti.

4 STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO WASTE DESIGN

La strategia di comunicazione definisce i canali e gli strumenti di comunicazione che avverranno durante la durata del progetto WASTE DESIGN. Spiega come le attività saranno armonizzate con i requisiti di promozione e comunicazione in conformità con gli obiettivi prefissati. La strategia di comunicazione del progetto WASTE DESIGN è quindi attuata per tutta la durata del progetto, dal 1 ottobre 2021 al 31 marzo 2023.

L'obiettivo chiave della strategia di comunicazione del progetto è diffondere informazioni, aumentare la consapevolezza e comprenderne l'importanza e consentire ai gruppi target identificati di comprendere gli obiettivi e lo scopo del progetto e 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.

4.1 FINALITÀ E OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Il compito della strategia di comunicazione del progetto WASTE DESIGN è quello di fornire informazioni sull'attuazione del progetto, sensibilizzare e comprendere il pubblico in generale sulla sua importanza e consentire ai gruppi target identificati di comprendere gli obiettivi del progetto.

La strategia di comunicazione del progetto consente una diffusione più efficiente delle informazioni sugli obiettivi di comunicazione specifici al fine di raggiungere i seguenti

obiettivi del progetto:

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

Durante il progetto, il miglioramento della situazione nel settore della gestione dei rifiuti sarà raggiunto attraverso una comunicazione mirata e strategica, che comprenderà:

- stretta cooperazione, scambio di opinioni ed esperienze e buone pratiche tra i partner del progetto attraverso incontri 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,
- cambiamento comportamentale attraverso la diffusione delle attività e dei risultati del progetto e il dialogo.

Gli obiettivi di comunicazione elencati del progetto consentiranno i necessari cambiamenti comportamentali e sensibilizzeranno il pubblico sull'importanza di una corretta gestione dei rifiuti e dell'economia circolare, compresa l'attuazione del nuovo Centro per il 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 DELLA 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 E STRUMENTI 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.

La visibilità e la promozione del progetto sarà assicurata attraverso strumenti e canali di comunicazione diversificati, pianificati e accuratamente preparati, che verranno definiti più dettagliatamente di seguito.

5.1 LOGO DEL PROGETTO

L'immagine grafica aziendale è la base per un'immagine visiva coerente e uniforme del progetto Waste design. 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:

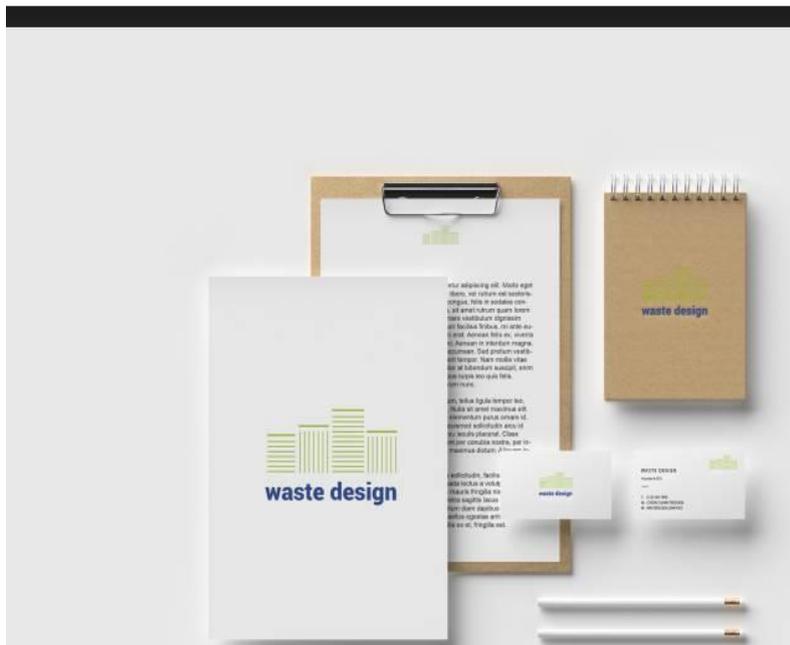
- Riutilizzo dei rifiuti.
- Utilizzo di tecnologie innovative e green.
- La forma.





Il concetto del logo del progetto scelto si basa sull'idea di mostrare i rifiuti, solitamente dei grandi produttori di rifiuti che vengono trattati con ordine e attenzione, con cassonetti per i rifiuti eleganti, innovativi e ordinati.





5.2 PIANO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

STRUMENTO / CANALE DI COMUNICAZIONE	ATTIVITÀ E SCOPO	PARTNER RESPONSABILE	GRUPPO TARGET	TEMPO DI ATTUAZIONE	INDICATORI MISURABILI
ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PREVISTE / OBBLIGATORIE					
ASPETTO GRAFICO COMPLETO DEL PROGETTO	<p>Creazione di un logo del progetto, poster del progetto, marcatura degli adesivi del progetto e presentazione dei ppt.</p> <p>Immagine unitaria e distintiva del progetto.</p>	<p>Comune di Postumia</p> <p>Tutti i partner collaborano</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto 	Regolarmente, per tutta la durata del progetto	<p>Il CGP viene applicato in modo coerente a tutti i messaggi promozionali, i post, i prodotti...</p> <p>1x logo del progetto</p>
STRATEGIA DI COMUNICAZIONE	<p>Preparazione del piano di comunicazione per il progetto. Definizione delle principali attività di comunicazione e modalità di attuazione e finalità delle stesse.</p>	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto 	Gennaio 2022	<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	<p>Inserimento del sito del progetto (www.ita-slo.eu/wastedesign) e sotto pagine del progetto all'interno del Sito web del partner leader (Comune di</p>	<p>Comune di Postumia</p> <p>Collaborano tutti i partner del progetto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere • I media 	Regolarmente, per tutta la durata del progetto	<p>Informazioni attuali e regolari sul sito web</p> <p>2 x sito web con informazioni sul progetto</p>

	<p>Postumia) che include informazioni di base e attuali sul progetto e sulla sua attuazione.</p> <p>Identificazione di tutte le informazioni chiave e attuali all'interno del progetto</p>				
SOCIAL NETWORK	<p>Inserimento di due siti/profili del progetto sui social network Instagram e Facebook.</p> <p>Diffusione delle informazioni sul progetto - sulla sua attuazione e i risultati, sensibilizzazione sulla politica di coesione dell'UE...</p>	<p>Comune di Postumia</p> <p>Collaborano tutti i partner del progetto.</p>	<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 (TW, IG)</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</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 	Fornitura/acquisto di elementi di marcatura nei primi sei mesi di attuazione del progetto, altrimenti uso regolare, per tutta la durata del progetto	<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>

	promozione del progetto in occasione di eventi, organizzazioni, sul campo.				
MATERIALE PROMOZIONALE	Assicurazione di blocchi notes e buste promozionali per tutti e quattro i partner. Diffusione delle informazioni sul progetto e promozione del progetto tra i partner commerciali, nella comunità locale e oltre, in occasione di eventi...	Comune di Postumia Il materiale promozionale viene ricevuto da tutti i partner del progetto.	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere • I media 	Fornitura/acquisto di elementi di marcatura nei primi sei mesi di attuazione del progetto, altrimenti uso regolare, per tutta la durata del progetto	Visibilità e promozione del progetto. 2 tipi di materiale promozionale
MATERIALE PROMOZIONALE STAMPATO	Presentazione dei risultati e degli effetti del progetto alla fine del progetto stesso e enfasi sulla sostenibilità dei risultati.	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> • I partner del progetto • Comunità locale • Pubblico in genere • I media 	Prima della fine/alla fine delle attività del progetto.	Diffusione dei risultati, promozione del progetto, sostenibilità dei risultati 1 volantino e 1 opuscolo (in sloveno e in italiano)
PUBBLICITÀ SU CARTA STAMPATA	Publicazione di quattro annunci stampati (2 in Slovenia e 2 in Italia) . Diffusione delle informazioni e promozione del progetto e delle attività nei media, presso il vasto pubblico.	Comune di Postumia	<ul style="list-style-type: none"> • Comunità locale • Pubblico in genere 	Durante e alla fine del progetto	Diffusione dei risultati, promozione del progetto 4 x annunci (in sloveno e italiano)
EVENTI	Realizzazione di	Un partner è	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblico 	All'inizio e alla	Rapporto sugli eventi

	<p>4 eventi: incontro introduttivo, conferenza stampa di chiusura e due eventi promozionali intermedi.</p> <p>Presentazione del progetto e presentazione delle attività e dei risultati del progetto.</p>	responsabile di ogni evento	<p>in genere</p> <ul style="list-style-type: none"> • I media 	fine del progetto e due eventi in mezzo.	eseguiti (4x)
RELAZIONI	<p>Redazione di una relazione sulle attività di comunicazione realizzate. 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

ATTIVITÀ 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, sotto pagina del progetto del partner leader, social network Instagram e Facebook Creazione del sito, pubblicazione dell'immagine visiva (nome, logo) del progetto e informazioni di base, presentazione del progetto.	Il partner leader (Comune di Postumia) è responsabile della creazione e dell'amministrazione, 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	Gennaio 2022	Pubblico in generale, media	Sito web, Facebook, Instagram, comunicato per i media, 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, Instagram, facebook, comunicati stampa, materiale promozionale, poster del progetto, roll up, contributi radiofonici e video, pubblicità stampata, giornali comunali.... Diffusione delle informazioni attuali sul progetto e promozione	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.

			del progetto, presentazione delle attività e dei risultati...	
Completamento del progetto e risultati del progetto	Al termine del progetto (febbraio e marzo 2023)	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 progetto	partner del progetto, comunità locale	Riunioni periodiche di partenariato, relazioni sulle attività di comunicazione attuate e pianificate.	Il coordinamento e l'attuazione delle attività promozionali 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 saranno monitorati con l'aiuto di relazioni periodiche di partenariato riguardanti le 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 sarà una panoramica delle attività implementate, degli strumenti e delle pubblicazioni consolidati, 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 sulla sotto pagina del progetto
	Numero di pubblicazioni e attività sui social network Instagram e Facebook
	Numero di pubblicazioni sui 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