

# Interreg



UNIONE EUROPEA  
EVROPSKA UNIJA

## ITALIA-SLOVENIJA



### FORTIS

Progetto standard co-finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale  
Standardni projekt sofinancira Evropski sklad za regionalni razvoj

# SINTESI PIANO DI COMUNICAZIONE

# POVZETEK KOMUNIKACIJSKEGA NAČRTA

Strategia di comunicazione del progetto FORTIS, cofinanziato nell'ambito del Programma Interreg VA Italia - Slovenia 2014-2020, Priorità V. La strategia di comunicazione è stata elaborata dall'Unione regionale delle Camere di Commercio del Veneto (PP5), che si occuperà del WP 2 "Attività di comunicazione", con il contributo del partenariato. La strategia pone le basi per l'organizzazione e la pianificazione di tutte le azioni di comunicazione e disseminazione incentrate sull'aumento di sensibilizzazione e conoscenza, al fine di influenzare e modificare i comportamenti di specifici stakeholder e gruppi target del progetto. Ciò verrà realizzato collegando gli obiettivi del progetto, i risultati previsti e quelli desiderati con gli strumenti, le attività e gli obiettivi di comunicazione. Il documento fornisce una chiara assegnazione di compiti, insieme a semplici linee guida su come svolgere le singole attività, condividere il know-how e le informazioni tra i PP, anche per aiutare i singoli partner nella pianificazione e nell'esecuzione delle attività di comunicazione, in particolare quelle indirizzate al pubblico target prioritario del progetto. Lo scopo del documento è definire e standardizzare tutte le attività di comunicazione previste nell'ambito del progetto FORTIS, fornendo al partenariato istruzioni per quanto riguarda l'attuazione ed i relativi obblighi.

In particolare, la strategia di comunicazione mira a:

- identificare gli obiettivi di comunicazione;
- definire gli stakeholder ed i gruppi target;
- creare gli strumenti di comunicazione;
- specificare il ruolo di ogni partner di progetto;
- fornire ai partner le linee guida da seguire al fine di garantire la corretta attuazione delle attività di comunicazione.

La comunicazione, in generale, è l'attività di trasmissione di informazioni attraverso lo scambio di idee, messaggi o informazioni, che può avvenire verbalmente o con immagini, segnali, per iscritto o con determinate condotte. È lo scambio significativo di informazioni su qualità, pertinenza ed efficacia dei risultati (intermedi) del progetto con il gruppo target. La comunicazione del progetto

Komunikacijska strategija projekta FORTIS, ki ga sofinancira program Interreg V A Italija–Slovenija za obdobje 2014–2020, v okviru prednostne naloge V. Komunikacijsko strategijo oblikuje Deželna zveza gospodarskih zbornic Veneta (PP5), pristojna za DS 2 »Komunikacijska aktivnost«, s prispevkom celotnega partnerstva. Strategija določa podlago za organizacijo in načrtovanje vseh ukrepov komunikacije in diseminacije, ki se osredotočajo na ozaveščanje, povečanje znanja, vplivanje na odnose in spreminjanje vedenja določenih deležnikov in ciljnih skupin projekta. To bo izvedeno s povezovanjem ciljev projekta, predvidenih in želenih rezultatov s komunikacijskimi orodji, aktivnostmi in cilji. Dokument zagotavlja jasno dodelitev nalog, skupaj s preprostimi smernicami o tem, kako izvajati posamezne aktivnosti, kako deliti znanje in informacije med PP, pri čemer je njegov cilj tudi pomagati PP pri načrtovanju in izvajanju kakršnih koli komunikacijskih aktivnosti, zlasti tistih, ki so namenjene prednostnim ciljnim skupinam projekta. Njegov namen je opredeliti in standardizirati vse komunikacijske aktivnosti, načrtovane za projekt FORTIS, z zagotavljanjem navodil za celotno partnerstvo glede njihovega izvajanja in s tem povezanih obveznosti.

Cilj strategije komuniciranja je zlasti:

- opredelitev komunikacijskih ciljev;
- opredelitev deležnikov in ciljnih skupin;
- vzpostavitev komunikacijskih orodij;
- opredelitev vloge posameznega projektnega partnerja;
- zagotavljanje smernic, ki jih mora upoštevati vsak partner, da se zagotovi pravilno izvajanje komunikacijskih aktivnosti.

Komunikacija je, na splošno, aktivnost posredovanja informacij z izmenjavo misli, sporočil ali informacij, tako z govorom, vizualnimi učinki, signali, pisanjem ali vedenjem. To je pomembna izmenjava informacij o kakovosti, ustreznosti in učinkovitosti (vmesnih) rezultatov projekta s ciljno skupino. Cilj projektne komunikacije je seznaniti širšo javnost, strokovnjake s področja, nosilce odločanja in druge ciljne skupine na Programskem območju z rezultati

deve mirare alla sensibilizzazione di un vasto pubblico, esperti del settore, decision-maker ed altri gruppi target dell'Area di Programma in ordine a risultati e progressi raggiunti nell'ambito del progetto, diventando così uno degli elementi chiave per garantirne la durabilità e la trasferibilità di output e risultati. Il successo della comunicazione di progetto dipende dalla continua instaurazione e sviluppo di relazioni con i principali gruppi target e il vasto pubblico sia nel corso del progetto sia dopo la scadenza. L'obiettivo principale della strategia di comunicazione FORTIS è aumentare la visibilità delle attività di progetto, stabilendo obiettivi, traguardi e strategie chiari con scadenze specifiche assegnando le responsabilità e facilitando il lavoro del partenariato. Inoltre, attraverso l'attività di comunicazione i partner del progetto si sono posti l'obiettivo di:

- aumentare la conoscenza in merito alle nuove soluzioni per promuovere la cooperazione istituzionale nel settore dei trasporti pubblici;
- modificare il comportamento in vista dell'introduzione di nuovi servizi di trasporto pubblico nell'area transfrontaliera;
- aumentare la conoscenza in materia di motorizzazione civile.

Considerando l'importanza dei progetti finanziati dall'UE e del Programma Interreg V Italia Slovenia 2014-2020, le attività di comunicazione sono state elaborate per:

- sensibilizzare l'opinione pubblica sul Programma Interreg VA Italia Slovenia 2014-2020, nei confronti delle attività e del potenziale impatto del predetto nella regione transfrontaliera attirando, al contempo, l'attenzione specifica di stakeholder, policy e decision-maker quale strumento importante a beneficio delle aree beneficiarie;
- informare il vasto pubblico su risultati e benefici ottenuti dai progetti transnazionali e dimostrare il ruolo dell'UE nel garantire la trasparenza sull'utilizzo dei finanziamenti pubblici.

in dosežki projekta ter je postalo eden od ključnih elementov za zagotavljanje trajnosti in prenosljivosti rezultatov projekta. Uspeh projektne komunikacije je odvisen od vzpostavitve in razvoja stalnih odnosov s ključnimi ciljnimi skupinami in širšo javnostjo skozi celotno življenjsko dobo projekta in tudi po njej. Glavni cilj komunikacijske strategije FORTIS je povečati prepoznavnost aktivnosti projekta z določitvijo jasnih ciljev in strategij s posebnimi roki za dodelitev odgovornosti in olajšanje partnerskega dela. Poleg tega nameravajo partnerji projekta prek komunikacijskih aktivnosti:

- povečati znanje o novih rešitvah za spodbujanje institucionalnega sodelovanja na področju javnega prevoza;
- spremeniti ravnanje glede uvedbe novih storitev javnega prevoza na čezmejnem območju;
- povečati znanje o urad za registracijo vozil.

Glede na pomen projektov, ki jih financira EU v okviru Programa Interreg V Italija Slovenia 2014–2020 so komunikacijske aktivnosti namenjene:

- ozaveščanju širše javnosti o Programu Interreg V A Italija Slovenia 2014–2020, glede njegovih aktivnostih in potencialnem vplivu na čezmejno območje, pri čemer je treba posebno pozornost deležnikov, politike in nosilcev odločanja usmeriti v program kot pomemben instrument v korist programskih območij;
- obveščanju širšo javnost o rezultatih in koristih čeznacionalnih projektov ter pokazati vlogo EU pri zagotavljanju transparentnosti glede uporabe javnega financiranja.

## GRUPPI TARGET

Alla comunicazione interna partecipano quattro gruppi target:

- project leader;
- leader del WP;
- esperti coinvolti nell'implementazione del progetto;
- partner associati.

Per quanto riguarda le attività di comunicazione esterna, abbiamo 8 gruppi target scelti in base a diverse posizioni, esigenze e livello di interesse nel progetto:

- operatori nel settore del trasporto pubblico locale italiani e sloveni;
- autorità pubbliche (comuni);
- ministeri dei trasporti e delle infrastrutture;
- Gli stakeholder del progetto FORTIS;
- associazioni per la promozione del turismo;
- gruppi europei per la cooperazione territoriale;
- autorità di competenza per l'immatricolazione dei veicoli in Italia e Slovenia;
- cittadini residenti nell'area d'interesse.

Il numero di gruppi target esterni da raggiungere con il progetto è evidenziato nel documento relativo alla strategia di comunicazione

Per poter garantire una strategia di comunicazione efficace è necessario instaurare relazioni trasparenti con i gruppi target, mostrando i benefici dei risultati del progetto, la coerenza con gli scopi e le promesse, potendo anche contare su know-how congiunto, feedback e valutazione reciproca. E' necessario comunicare ai gruppi target la data del lancio del progetto come anche i risultati attesi. Nell'ambito del progetto ogni partner deve raccogliere le informazioni di ritorno dei gruppi ed inviare i risultati del progetto.

Verrà altresì stilato un elenco degli stakeholder all'inizio dell'attuazione del progetto per garantirne la diretta collaborazione.

La comunicazione è un'attività di progetto orizzontale ed implica la cooperazione di tutti i partner del progetto (PP), del Lead Partner o dei

## CILJNE SKUPINE

Pri notranji komunikaciji sodelujejo štiri ciljne skupine:

- vodje projekta;
- vodje DS;
- strokovnjaki, vključeni v izvajanje projekta;
- pridruženi partnerji.

Kar zadeva aktivnosti zunanje komunikacije, imamo 8 ciljnih skupin, ki so bile izbrane ob upoštevanju njihovega položaja, potreb in ravni zanimanja za projekt:

- italijanski in slovenski lokalni javni prevozniki;
- javni organi (občine);
- ministrstva za promet in infrastrukturo;
- deležniki projekta FORTIS;
- združenja za promocijo turizma;
- evropska združenja za teritorialno sodelovanje;
- slovenski in italijanski organi, pristojni za registracijo vozil;
- državljani območja.

Število zunanjih ciljnih skupin, ki jih je treba doseči s projektom, je prikazano v dokumentu o strategiji komuniciranja.

Za učinkovito komunikacijsko strategijo je treba vzpostaviti transparentne odnose s ciljnimi skupinami transparentni in prikazati koristi, ki izhajajo iz projektnih rezultatov, skladnost z nameni in obljubami ter zagotoviti skupno znanje, izmenjavo povratnih informacij in medsebojno ocenjevanje. Ciljnim skupinam je treba sporočiti datum začetka projekta in pričakovane rezultate. S projektom mora vsak partner zbrati povratne informacije skupin in jim zagotoviti projektne rezultate.

Na samem začetku izvajanja projekta bo opredeljen seznam deležnikov, da se zagotovi njihovo neposredno sodelovanje.

Komunikacija je horizontalna projektna naloga in vključuje sodelovanje vseh projektnih partnerjev (PP) in vodilnega partnerja ali partnerja, odgovornega za DS komunikacija.

Partner, odgovoren za komunikacijo o DS, imenuje vodjo projektnega komuniciranja, ki je odgovoren



partner che sono a capo dei WP comunicazione.

Il partner a capo del WP comunicazione nomina il manager della comunicazione di progetto che si occuperà – appunto – delle attività di comunicazione, coordinamento e collaborazione e definirà un sistema di reporting. Ogni PP deve fornire il proprio contributo e informare il manager della comunicazione su progressi raggiunti ed eventi pianificati, al fine di garantire idonea disseminazione e visibilità del progetto. I PP devono identificare gli obiettivi e le esigenze di informazione nella loro area, la promozione a livello nazionale e regionale, fornire i dati dei contatti al manager della comunicazione e condividere informazioni su risultati del progetto, eventi ed i deliverable, nonché fornire feedback sugli avvenimenti nazionali.

La comunicazione interna verrà garantita per mezzo di e-mail (l'oggetto deve includere i seguenti elementi acronimo FORTIS, WP / numero attività e descrizione del contenuto), intranet, comitato di pilotaggio o riunioni virtuali.

za komunikacijo, usklajevanje in sodelovanje ter za opredelitev sistema poročanja. Vsak PP mora zagotoviti svoj prispevek in obvestiti vodjo komunikacije o doseženem napredku in načrtovanih dogodkih, da se zagotovita ustrezno razširjanje in prepoznavnost projekta. Odgovornost PP je opredeliti cilje in potrebe po informacijah na njihovem območju, oglaševanju na nacionalni in regionalni ravni, zagotoviti kontaktne podatke vodji komuniciranja in izmenjavo informacij o dosežkih projekta, dogodkih in končnih izdelkih ter povratne informacije o svojih nacionalnih dogodkih.

Notranja komunikacija se zagotovi z elektronsko pošto (z navedbo naslednjih podatkov – FORTIS akronim, DS/št. aktivnosti in opis vsebine), intranetom in koordinacijskim odborom ali z virtualnimi srečanji.

## LOGO E GRAFICA

Lo scopo principale del logo è migliorare la visibilità e il riconoscimento del progetto, evidenziandone gli elementi di spicco. Il logo deve essere utilizzato da tutti i partner in tutte le attività di informazione e comunicazione, durante l'intera realizzazione del progetto. Il logo è composto da due elementi principali: logo block e l'elemento grafico, progettati in relazione all'asse prioritario a cui appartengono (Asse 4 - Migliorare lo sviluppo delle capacità e la governance transfrontaliera). Quando il logo del progetto viene utilizzato, esso deve sempre contenere tutti gli elementi: emblema dell'UE, linea di finanziamento, nome del programma, acronimo del progetto, elemento di caratterizzazione e riferimento al fondo. Non è consentito realizzare altri logotipi di progetto.

Il logo deve essere posizionato nell'angolo in alto a sinistra della pagina / vista iniziale; il logo deve presentare i seguenti colori: *blu elettrico* (con codice colore esadecimale: 003399), *azzurro* (con codice colore esadecimale: 9FAEE5) e *giallo* (con codice colore esadecimale: FFCC00). In ogni caso il logo non deve avere meno di 38,1 mm di larghezza. I colori del logo rappresentano la bandiera europea e non devono essere modificati.

E' stato scelto il carattere Trebuchet MS quale font principale del programma per la sua ampia disponibilità. Non è stata impostata alcuna dimensione massima. Il logo principale del progetto è la versione a colori. Idealmente, il logo del progetto dovrebbe essere utilizzato solo su sfondo bianco. L'uso del logo del progetto su sfondi colorati è possibile se non ci sono alternative, ma deve essere uno sfondo molto chiaro. Quando non è possibile garantire la versione a colori è necessario utilizzare la scala di grigi. Non modificare il logo in alcun modo. Nel caso di utilizzo del logo di progetto insieme ad altri, sincerarsi che tutti i loghi abbiano almeno le stesse dimensioni.

### Casi eccezionali

Questa versione deve essere utilizzata solo se la superficie su cui è posizionato il logo è molto piccola o in caso di applicazione su articoli promozionali

## LOGOTIP IN VIZUALNA PODOBA

Glavni namen logotipa je povečati vidljivost in prepoznavnost projekta ter poudariti edinstvene elemente projekta. Logotip morajo uporabljati vsi partnerji za vse aktivnosti informiranja o komunikacije med celotnim izvajanjem projekta. Logotip je sestavljen iz dveh glavnih elementov: bloka logotipa in grafičnega elementa, ki sta oblikovana glede na prednostno os, ki ji pripadata (os 4 – krepitev institucionalne zmogljivosti in čezmejnega upravljanja). Ko se uporablja logotip projekta, mora vsebovati vse njegove elemente: emblem EU, navedbo vira sofinanciranja, ime programa, akronim projekta, značilni element in sklic na sklad. Drugačna uporaba logotipa od zgoraj opisane je prepovedana.

Logotip mora biti nameščen v zgornjem levem kotu začetne strani/pogleda; uporabljati ga je treba z naslednjo paletto: *modra Reflex Blue* (HEX: 003399), *svetlo modra* (HEX: 9FAEE5) in *rumena* (HEX: FFCC00). Širina logotipa ne sme biti manjša od 38,1 mm. Barve logotipa izhajajo iz evropske zastave in ne smejo biti spremenjene.

Trebuchet MS je bil izbran kot glavna programska pisava zaradi velike razpoložljivosti. Največja velikost ni določena. Standardni logotip projekta je različica polne barve. Najbolje je, da se logotip projekta uporablja samo na belem ozadju. Uporaba logotipa projekta na barvnem ozadju je mogoča, kadar ni mogoče upravljati drugega ozadja; v tem primeru mora biti ozadje zelo svetle barve. Enobarvno različico je dovoljeno uporabljati samo, kadar polna barva ni na voljo. Logotipa nikakor ne spreminjajte. Kadar se projektne logotipe uporablja skupaj z drugimi logotipi, morajo biti ti vsaj enake velikosti.

### Izjeme

To različico se uporablja le v primerih, kadar je površina, na kateri se logotip uporabi, izredno majhna, ali kadar se logotip uporablja za majhne promocijske izdelke. V teh primerih ni obvezno vključiti sklicevanja na sklad za sofinanciranje. Treba pa je vključiti oznako Evropske unije.

molto piccoli. Solo nei predetti casi non è obbligatorio includere il riferimento al fondo di cofinanziamento. Tuttavia, è obbligatorio includere l'emblema dell'Unione europea.

### Utilizzo del logo

I loghi di progetto devono essere posizionati nell'angolo in alto a sinistra del documento. Sui siti Web e applicazioni smartphone, social media e altre piattaforme digitali, il logo deve essere posizionato in un luogo visibile senza dover cliccare o far scorrere la pagina. Su altri prodotti di comunicazione come, ad esempio, borse per conferenze, roll-up per mostre o presentazioni, deve essere collocato in una posizione di rilievo. Esistono modelli Word (verticali e orizzontali) ed Excel che devono essere utilizzati per tutte le situazioni.

### Uso errato del logo

1. non distorcere, allungare, inclinare o modificare il logo in alcun modo;
2. non eliminare la dicitura "Unione Europea" o qualsiasi elemento grafico obbligatorio del logo;
3. non tagliare;
4. non ruotare;
5. non separare la bandiera dal logotipo o modificare in altro modo la composizione degli elementi; detti elementi non sono soggetti a variazioni;
6. non realizzare contorni;
7. non utilizzare il logo nel corpo del testo. Nel corpo del testo utilizzare, invece, la parola Interreg impostata nel carattere del corpo del testo;
8. non utilizzare il logo in colori diversi dalla versione standard a colori o, in scala di grigi, su applicazioni monocromatiche;
9. se il logo deve essere posizionato su uno sfondo colorato, deve trovarsi all'interno di un rettangolo bianco come indicato in precedenza, con una dimensione che corrisponda almeno allo spazio libero;
10. non utilizzare la versione del progetto secondario come logo autonomo.

### Uporaba logotipa

Logotipe projekta je treba v dokumentih umestiti zgoraj levo.

Na spletnih straneh in v aplikacijah za pametne telefone, socialnih medijih in drugih digitalnih platformah mora biti logotip nameščen na mestu, ki je vidno brez pomikanja ali brez klikanja z miško. Na drugih komunikacijskih izdelkih, kot so konferenčne torbe, razstavni zvitki ali predstavitve, mora biti tudi na vidnem mestu. Obstajajo Wordove (navpične in vodoravne) in Excelove predloge, ki jih je treba vedno uporabljati.

### Nepravilna uporaba logotipa

1. Nikakor ne izkrivljajte, raztegujte, nagibajte in spreminjajte logotipa;
2. Ne izbrišite izrazov »Evropska unija« ali katerih koli obveznih elementov logotipa;
3. Logotipa ne režite;
4. Logotipa ne obračajte;
5. Ne ločujte zastave od logotipa in tudi nikakor drugače ne spreminjajte elementov logotipa. Ti so nespremenljivi;
6. Ne uporabljajte obrisov okrog logotipa;
7. Logotipa ne uporabljajte v besedilu. Namesto tega v besedilu lahko uporabite le besedo Interreg v pisavi besedila;
8. Logotipa ne uporabljajte v nobeni drugi barvi, kot standardno polno barvno različico ali v sivinah enobarvne aplikacije;
9. Če je logotip treba postaviti na barvno ozadje, mora biti v belem pravokotniku, kot je bilo že navedeno – v velikosti, ki se ujema vsaj z praznim prostorom;
10. Ne uporabljajte sekundarne različice projekta kot samostojen logotip.

### Projektni plakat

Vodja DS komunikacija je odgovoren za pripravo projektne plakata, ki vsebuje: namero in cilje projekta, skupni proračun in financiranje ter logotip projekta. Plakat mora nato vsak projekt partner natisniti in ga postaviti v 6 mesecih od odobritve projekta na dobro vidno mesto za javnost, na primer ob vhodu stavbe. Brošura FORTIS je neke vrste poslovne kartice projekta, ki vsebuje vse glavne informacije, da pritegne pozornost občinstva in napelje bralca k temu, da poišče več informacij prek

## Poster

Il responsabile del WP comunicazione è incaricato della preparazione del poster del progetto, che deve contenere: scopo e obiettivi del progetto, budget complessivo, indicazione relativa ai finanziamenti e logo del progetto. Ciascun partner provvederà a stampare il poster e lo collocherà entro 6 mesi dall'approvazione del progetto in una posizione facilmente visibile al pubblico, come, ad esempio, all'ingresso dell'edificio. La brochure FORTIS rappresenta una sorta di biglietto da visita del progetto, fornisce tutte le informazioni principali per attirare l'attenzione del pubblico e spingere il lettore a cercare ulteriori informazioni sul sito del progetto, sui social media o contattando il Lead Partner.

La regola generale del programma impone la presenza della seguente frase in tutte le pubblicazioni e i materiali promozionali:

In lingua inglese: "Publication financed under the Interreg V-A Italy Slovenia 2014-2020 Cooperation Programme, co-financed by the European Regional Development Fund."

La stessa frase sarà scritta anche in italiano e sloveno.

Qualsiasi deliverable e pubblicazione del progetto deve contenere una dichiarazione di non responsabilità rispetto all'espressione di posizioni o opinioni. In lingua inglese: "The content of this publication does not necessarily reflect the Official positions of the European Union. The responsibility for the content of this publication belongs to the author [insert author's name]". La stessa frase sarà scritta anche in italiano e in sloveno.

Per tutte le pubblicazioni del progetto vi sono degli elementi obbligatori da inserire nella brochure.

### Brochure

La brochure FORTIS contiene la descrizione, le principali attività, l'elenco dei partner, il budget e la fonte di finanziamento, con una rappresentazione grafica del focus del progetto. I concetti vengono rappresentati attraverso icone e immagini, evitando termini tecnici e terminologia progettuale per consentire a tutti di comprendere i temi trattati dal progetto.

Il partenariato ha deciso di utilizzare anche un'immagine di progetto personalizzata che rappresenta l'area del programma e

spletne strani projekta, družbenih medijev ali tako, da stopi v stik z vodilnim partnerjem.

Splošno pravilo programa je, da morajo vse objave in promocijska gradiva vsebovati naslednji stavek: v angleščini: "Publication financed under the Interreg V-A Italy Slovenia 2014-2020 Cooperation Programme, co-financed by the European Regional Development Fund."

Isti stavek mora biti napisan tudi v italijanščini in slovenščini.

Vsi končni izdelki in objava projekta morajo vsebovati izjavo o zavračanju odgovornosti, za izražena stališča ali mnenja: v angleščini: "The content of this publication does not necessarily reflect the Official positions of the European Union. The responsibility for the content of this publication belongs to the author [insert author's name]". Isti stavek mora biti napisan tudi v italijanščini in slovenščini.

Pri vseh objavah projekta je treba navesti nekatere podatke, ki jih je treba prikazati tudi v brošuri.

### Brošura

Brošura FORTIS vsebuje opis projekta, glavne projektne aktivnosti, seznam partnerjev, proračun projekta in vir financiranja, z grafičnim prikazom glavne teme projekta. Koncepti so predstavljeni z ikonami in slikami, pri čemer se je treba izogibati tehničnim terminom in projektni terminologiji, da bodo lahko vsi razumeli bistvo projekta.

Partnerstvo se strinja z uporabo prikrojene projektne podobe, ki predstavlja programsko področje in medsebojno povezanost območij, grafični koncept pa predstavlja čezmejno intermodalnost s pomočjo ikon avtobusne, železniške in pomorske povezave.

Za pomembne dogodke ali rezultate, ki jih partnerstvo namerava uradno sporočiti medijem, bi moral zadevni partner posredovati potrebne podatke Unioncamere del Veneto, vodja komunikacije DS pa bo v ANGLEŠČINI pripravil osnutek sporočila za javnost, ki ga bo delil s partnerstvom. Projektni partnerji ga bodo morali prevesti v ITALIJANŠČINO in SLOVENŠČINO ter ga deliti s svojimi mediji.

Partnerji se morajo zavedati, da je pravočasna vključitev medijev ključnega pomena. Vključitev je treba skrbno načrtovati in vsak partner mora zbrati





l'interconnessione dei territori, il concetto grafico rappresenta l'intermodalità transfrontaliera attraverso le icone dei collegamenti bus, treno e marittimo.

Per gli eventi o risultati di rilievo che il partenariato intende comunicare ufficialmente ai media, il partner in questione dovrebbe trasmettere a Unioncamere del Veneto le informazioni necessarie e il responsabile della comunicazione del WP preparerà una bozza di comunicato stampa in INGLESE da condividere con il partenariato. Ai partner di progetto verrà chiesto di tradurlo in ITALIANO e SLOVENO e di condividerlo con i propri media.

I partner devono sapere che il coinvolgimento tempestivo dei media è fondamentale. Quanto sopra deve essere pianificato con cura e ogni partner dovrà quindi raccogliere tutti gli articoli pubblicati su FORTIS e inviarli a Unioncamere del Veneto che serviranno per la redazione delle relazioni.

La strategia di comunicazione fornisce esempi di modelli di documenti di progetto, presentando l'uso corretto dell'immagine.

vse objavljene članke o FORTIS in jih poslati Unioncamere del Veneto za namene poročanja. Komunikacijska strategija ponuja primer predlog projektne dokumentacije s pravilno uporabo grafične podobe.

## ATTIVITÀ

Le attività di comunicazione previste dal progetto sono:

- eventi;
- campagna pubblicitaria;
- brochure e dépliant;
- pubblicazione;
- sito web;
- pagine dei social media;
- newsletter;
- conferenza stampa

Gli **eventi pubblici** sono utili per coinvolgere i gruppi target e creare un rapporto consolidato e ciascun partner responsabile della propria attività pilota sarà chiamato ad organizzare un evento di disseminazione durante il quale i partecipanti riceveranno informazioni sui risultati raggiunti. Sono occasioni ideali per dare visibilità al progetto, quindi in tali occasioni i partner dovranno esibire i poster del progetto, le brochure e i gadget utili.

Per la **campagna pubblicitaria** Unioncamere del Veneto progetterà la strategia di comunicazione del progetto in conformità con il Manuale di riferimento per l'immagine coordinata facendo riferimento agli obiettivi specifici del progetto e ai risultati previsti. Inoltre, la strategia conterrà i principali modelli office: agenda, elenco dei partecipanti, presentazione in PowerPoint, comunicato stampa, modello deliverable. Questi modelli devono essere utilizzati da tutti i partner per qualsiasi documento, presentazione o risultato del progetto. In questo modo, sarà possibile evitare costi non ammissibili e richieste di chiarimenti al Programma in relazione a problemi di visibilità e grafica.

PP6 (Unioncamere del Veneto) è responsabile per la realizzazione della **brochure e del dépliant di progetto**. E' prevista la stampa di 1300 copie su carta riciclata. La brochure conterrà la descrizione del progetto, l'elenco dei partner, informazioni su finanziamento e durata, i risultati previsti e i principali contatti. La brochure sarà bilingue italiano e sloveno e verrà realizzata in linea con la grafica del progetto e del Programma.

Unioncamere del Veneto come responsabile di WP comunicazione progetterà la pubblicazione finale

## AKTIVNOSTI

V projektu so predvidene naslednje komunikacijske aktivnosti:

- dogodki;
- oglaševalska kampanja;
- brošura in letaki;
- objava;
- spletna stran;
- strani družbenih omrežij;
- glasilo;
- tiskovna konferenca

Eden od načinov vključevanja ciljnih skupin in utrjevanja odnosa z njimi je prek **javnih dogodkov**, na katerih bo vsak partner, odgovoren za svojo pilotno aktivnost, organiziral dogodek diseminacije, na katerem bodo udeleženci obveščeni o doseženih rezultatih. Dogodki so odlična priložnost za povečanje vidljivosti projekta, zato morajo partnerji prikazati plakat projekta, brošure in uporabne pripomočke.

**Za oglaševalsko kampanjo** bo Unioncamere del Veneto zasnovala strategijo obveščanja o projektu v skladu s priročnikom o uporabi celostne grafične podobe programa, ki se nanaša na posebne cilje in pričakovane rezultate projekta. Poleg tega bo strategija vsebovala glavne predloge: dnevni red, seznam udeležencev, predstavitev v programu Power point, sporočilo za javnost, predlogo končnega gradiva. Te predloge morajo uporabljati vsi projektni partnerji za kateri koli projektni dokument, predstavitev ali končni izdelek. Le tako se bo mogoče izogniti neupravičenim stroškom in pojasnilom programa v zvezi z vprašanji glede vidljivosti in grafične podobe.

PP6 (Unioncamere del Veneto) je zadolžena za izdelavo **brošure in letaka**. Na recikliran papir bo natisnjenih 1300 izvodov. Brošura vsebuje opis projekta, seznam partnerjev, informacije o sofinanciranju in trajanju projekta, pričakovanih rezultatih in glavnih stikih. Brošura je na voljo v dveh jezikih: italijanščini in slovenščini ter bo izdelava v skladu z grafično podobo projekta in programa.

Unioncamere del Veneto bo kot vodja DS komunikacija zasnovala končno **objavo** s povzetkom dosežkov in kapitalizacijo rezultatov projekta; ta bo objavljena samo v digitalni obliki in naložena na

riassumendo i risultati e la capitalizzazione dei predetti, che sarà a disposizione solo in formato digitale e caricata sul sito web del progetto. La pubblicazione si concentrerà sui risultati pilota e sui protocolli transfrontalieri.

Ogni partner dovrà promuovere e diffondere la pubblicazione finale tra i propri contatti per dare visibilità ai risultati ottenuti. La diffusione avverrà attraverso i canali di comunicazione del progetto ed altri dei partner. L'obiettivo è aumentare la sensibilizzazione rispetto ai risultati del progetto ottenuti e garantire la sostenibilità del progetto.

PP5 "compilerà" e aggiornerà regolarmente il sito Web del progetto ([www.ita-slo.eu/FORTIS](http://www.ita-slo.eu/FORTIS)) dato a disposizione dal Programma. La pagina web del progetto conterrà informazioni sul progetto e sui partner, finanziamenti e durata, attività principali, notizie, risultati principali, contatti del Lead partner, elenco dei partner di progetto e un link alle pagine dei social media. Ciascun partner del progetto creerà una sezione dedicata al progetto all'interno del proprio sito istituzionale. UCV si accerterà che tutti i PP abbiano dedicato una sezione del progetto FORTIS all'interno del loro sito web istituzionale.

UCV aprirà e aggiornerà regolarmente gli account sui principali social media:

Facebook: @FORTISproject

Twitter: @Fortisinterreg

LinkedIn: FORTISproject

I PP useranno i loro account per condividere rapidamente le principali novità del progetto.

UCV realizzerà una newsletter digitale in conformità con l'immagine grafica del progetto e del programma con l'obiettivo di fornire aggiornamenti agli stakeholder in merito ai risultati.

UCV organizzerà conferenze stampa per tutti gli eventi di disseminazione. La conferenza finale sarà organizzata per garantire la disseminazione di informazioni su esiti e risultati del progetto (5 conferenze stampa in totale). Le conferenze rappresentano l'opportunità di entrare in contatto con i media locali e regionali, per tale motivo devono essere pianificate con cura. Ogni partner lavorerà in stretta collaborazione con il manager della comunicazione.

spletno stran projekta. V objavi bodo izpostavljene pilotni rezultati in čezmejni protokoli.

Vsak partner mora spodbujati in deliti končno objavo med svojimi stiki, da bi zagotovil vidljivost rezultatov projekta. Diseminacija bo potekala s pomočjo komunikacijskih kanalov projekta in partnerjev. Cilj je povečati ozaveščenost o rezultatih projekta in podpreti njegovo trajnost.

PP5 bo dopolnjeval in redno posodabljal projektno spletno stran ([www.ita-slo.eu/FORTIS](http://www.ita-slo.eu/FORTIS)), ki jo zagotavlja program. Spletna stran projekta bo vsebovala informacije o projektu in partnerjih, sofinanciranju in trajanju, glavnih aktivnostih, novicah, glavnih rezultatih, stikih o vodilnega partnerja, kot tudi seznam projektnih partnerjev in povezavo do strani družbenih medijev. Vsak projektni partner bo na svojem spletnem mestu ustvaril razdelek, namenjen projektu. UCV bo zagotovila, da bodo PP na svojih spletnih straneh imeli razdelek namenjen projektu FORTIS.

UCV bo odprla in redno posodabljala račune na glavnih družbenih medijih:

Facebook: @FORTISproject

Twitter: @Fortisinterreg

LinkedIn: FORTISproject

PP bodo svoje račune uporabili za hitro delitev glavnih projektnih novic.

UCV bo oblikovala elektronsko glasilo v skladu z grafično podobo projekta in programa. Njegov cilj je glavnim deležnikom posredovati informacije o projektnih dosežkih.

UCV bo organizirala tiskovne konference za vse dogodke namenjene širjenju informacij. Z organizacijo zaključne konference so bo zagotovilo širjenje informacij o dosežkih in rezultatih projekta (skupaj 5 tiskovnih konferenc). Konference predstavljajo priložnost za stik z lokalnimi in regionalnimi mediji, zato jih je treba skrbno načrtovati. Vsak partner bo tesno sodeloval z vodjo komunikacije.



## MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La valutazione delle attività serve per la determinazione del successo delle azioni di comunicazione. Questa strategia di comunicazione comprende attività di monitoraggio relative al raggiungimento e al cambiamento degli obiettivi.

Questa verifica prevede 2 tipi di indicatori:

- gli indicatori di attività, che quantificano gli output e il risultato diretto delle attività di informazione e comunicazione misurando l'attività di comunicazione intrapresa;
- gli indicatori di risultato, che misurano gli effetti degli output.

Una tabella con un elenco dettagliato delle attività e degli indicatori di risultato è consultabile nel documento sulla strategia di comunicazione.

## SPREMLJANJE IN VREDNOTENJE

Vrednotenje komunikacijskih aktivnosti pomaga določiti uspeh komunikacijskih aktivnosti. Ta komunikacijska strategija vključuje aktivnosti spremljanja doseganja in sprememb ciljev. Ta raziskava vključuje 2 vrsti kazalnikov:

- kazalnike aktivnosti, ki količinsko določajo učinke in neposredni rezultat aktivnosti obveščanja in komunikacije z merjenjem izvajanih komunikacijskih aktivnosti;
- kazalniki rezultatov, ki merijo učinke rezultatov.

Tabela s podrobnim seznamom aktivnosti in kazalnikov rezultatov je prikazana v dokumentu komunikacijske strategije.

## KAPITALIZACIJA

## CAPITALIZZAZIONE

La capitalizzazione può essere definita quale trasferimento di ciò che i partner hanno imparato e acquisito ad altri soggetti e territori. L'obiettivo del progetto FORTIS è la verifica dei nuovi servizi di trasporto pubblico e l'estensione dei predetti nell'area transfrontaliera tra Italia e Slovenia. Gli obiettivi sono la promozione dei collegamenti di trasporto sostenibili e innovativi, evitando l'utilizzo eccessivo dell'auto. Anche i cittadini ed i turisti beneficeranno di questo miglioramento: il progetto prevede già protocolli e accordi transfrontalieri proprio nell'interesse comune per una maggiore accessibilità. Per quanto riguarda le azioni di comunicazione, i partner promuoveranno i risultati del progetto anche dopo la sua conclusione, utilizzando la pubblicazione finale e gli accordi firmati. Inoltre, il Lead Partner rimarrà disponibile per fornire ulteriori informazioni o dettagli relativi ai contatti.

Il Programma di solito organizza eventi per garantire la capitalizzazione del progetto e FORTIS seguirà tutti gli input forniti garantendo il proprio contributo in qualsiasi modo.

Kapitalizacija se lahko opiše kot prenosa tega, kar so se partnerji naučili in dosegli, na druge subjekte in območja. Cilj projekta FORTIS je preizkusiti nove in dalje razširjati storitve javnega prevoza na čezmejnem območju med Italijo in Slovenijo. Cilji so spodbujanje trajnostnih in inovativnih prometnih povezav ter preprečevanje prekomerne uporabe avtomobilov. Te izboljšave bodo koristne za državljane in turiste: projekt že predvideva čezmejne protokole in sporazume zaradi skupnega interesa za večjo dostopnost. Kar zadeva aktivnosti komunikacije, bodo partnerji spodbujali projektne rezultate tudi po zaključku projekta s končno objavo in podpisanimi sporazumi. Poleg tega bo vodilni partner še naprej na razpolago za dodatne informacije ali kontaktne podatke.

Program običajno organizira dogodke za zagotovitev kapitalizacije rezultatov projekta, FORTIS pa bo upošteval vse prejete opombe in in prispeval po svojih najboljših močeh.