



COMUNE di RAVENNA



LIFE AMBIENTE



I • D • E • M • S

INTEGRATION & DEVELOPEMENT OF
ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM

Life Project Number

LIFE05 ENV/IT/000808

PIANO DELLA COMUNICAZIONE E DIVULGAZIONE

Premessa

Obiettivo specifico del programma LIFE Ambiente è contribuire allo sviluppo di tecniche e metodi innovativi e integrati nel settore ambientale, concorrendo ad un'ulteriore crescita della politica comunitaria dell'ambiente.

Il Regolamento Life prevede che i progetti tra le loro attività, programmino la comunicazione sul progetto e la divulgazione delle conoscenze, appunto per questo un'adeguata comunicazione e un'appropriata divulgazione degli obiettivi ambientali e dei traguardi raggiunti, sono aspetti essenziali nei progetti Life.

Aspetti ed Elementi Costitutivi del Piano

Al di là del fatto che possa essere diretto verso una azione specifica come nel caso della comunicazione di un progetto, ogni possibile riflessione e analisi sul Piano di Comunicazione porta a ricordare come la comunicazione esterna è sempre frutto di un prodotto interno, che a sua volta scaturisce da una fitta rete comunicativa, in cui devono fondersi il dato amministrativo e la comunicazione prodotta.

Il Piano di Comunicazione, è quindi specificamente chiamato ad individuare una serie di step (obiettivi, target, azioni, ecc.) necessari per poter assolvere pienamente la sua funzione di natura programmatica e strategica, così come deve essere caratterizzato da una serie di elementi costitutivi.

Integrazione

Tutte le attività di informazione e comunicazione, devono essere coordinate tra loro ed integrate in una strategia di comunicazione unitaria per tutti i partner, coerentemente con gli obiettivi generali del progetto. L'insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati devono offrire un'immagine unitaria e costituire un'identità facilmente riconoscibile.

Coordinamento

Per tutte iniziative previste con finalità comunicative e/o informative dovrà essere assicurata una fase di coordinamento nella quale siano individuati le forme, i mezzi ed i contenuti più adeguati in relazione agli obiettivi prefissati e alle diverse tipologie di pubblico.

Riconoscibilità

Assicurare che la provenienza di ogni messaggio sia immediatamente capita e riconosciuta da chi la riceve come rappresentazione di un messaggio riferito al progetto attraverso elementi caratterizzanti quali il formato, il colore e il logo ecc...

Persuasività

Il messaggio deve contenere elementi tali da renderlo il più possibile accettabile alle categorie a cui è diretto, in quanto suggerisce comportamenti corretti, fornisce elementi di confronto e convince per differenza e non per imposizione.

Interattività

Le iniziative di comunicazione devono privilegiare l'interattività e la pluridirezionalità dei messaggi. Obiettivo del piano così come strutturato è la creazione di una "rete" di flussi di comunicazione tra il Comune di Ravenna, i partner del progetto, i cittadini, le imprese, le associazioni coinvolte ed altri soggetti istituzionali, e i soggetti comunque interessati.

Visibilità

Tutte le attività di informazione e comunicazione devono contribuire ad accrescere la visibilità del progetto sul territorio interessato, e farne conoscere le attività le azioni e i risultati.

Accessibilità

I messaggi e le informazioni i prodotti e in generale, qualsiasi forma di interazione con l'utenza devono essere improntati alla semplicità ed alla chiarezza e devono utilizzare i canali ed i contenuti che consentano la massima trasparenza su tutto ciò che riguarda il progetto.

Informazione

Nell'ambito dei progetti Life la comunicazione non è solo un'attività strumentale, ma si distingue come una funzione ed azione autonoma.

Il Comune di Ravenna come beneficiario vuole quindi essere un soggetto erogatore di informazioni a favore di tutti i soggetti interessati allo sviluppo del progetto, per favorire anche attraverso questo lavoro lo sviluppo della comunità locale e promuovere all'esterno la realtà comunale.

IL PIANO DI COMUNICAZIONE E DIVULGAZIONE NEL PROGETTO IDEMS

Con l'inizio del progetto, è stato definito un programma per la diffusione e promozione dei risultati finalizzato all'organizzazione delle attività e delle modalità di comunicazione. Con il piano di divulgazione si intende inoltre ottimizzare le forme e i modi di impatto e coinvolgimento dei cittadini, pubblicizzando obiettivi del progetto, attività e risultati sia attraverso la produzione e la distribuzione di materiale adeguato, sia informando e sensibilizzando su azioni, fasi e risultati del progetto.

Dovranno in ogni caso essere assicurati l'uso corretto del logo Life e la pubblicizzazione del sostegno comunitario.

Il Piano divulgativo ha in sostanza considerato l'elaborazione di un programma di divulgazione delle attività e dei risultati del progetto oltre alla predisposizione di materiale informativo. Sono inoltre da stabilire le attività in grado di stimolare l'attenzione della stampa locale e dell'editoria specializzata sulla realizzazione delle fasi di progetto previste.

E' stato attivato un sito ufficiale bilingue (italiano e inglese) www.idems.it per la consultazione del progetto, dei documenti prodotti, dello stato di avanzamento e quando sarà terminato dello standard. Per una più ampia diffusione è stato comunicato ai partner del progetto di pubblicizzare la loro adesione a IDEMS inserendo il banner nella loro home page ed è stata inoltre curato l'inserimento del link attivo sulla pagine web del sito internet del Comune di Ravenna, beneficiario, e del sito di Agenda 21 del Comune di Ravenna. Tra le ultime attività è prevista la diffusione dei risultati a livello internazionale attraverso una conferenza finale e la redazione di un Manuale e di CD contenenti lo standard risultante dal progetto.

Linee di sviluppo generali del Piano di Divulgazione:

Il Piano di comunicazione appare strutturato in maniera classica, è caratterizzato da una suddivisione sequenziale in analisi della situazione, definizione di target, di obiettivi e di strumenti, attività, tempi e risorse, controllo e valutazione.

E' bene ricordare che il beneficiario e i partner sono tenuti a pubblicizzare il sostegno ricevuto dalla Comunità in tutti i documenti e i media prodotti nell'ambito del progetto, in particolare libri, opuscoli, comunicati stampa, cd, ecc. A questo scopo è stato elaborato un logo LIFE ad hoc (banner inviato a tutti i partner).

• Logo LIFE

Poiché siamo tenuti a pubblicizzare il sostegno ricevuto dalla Comunità, tutti i documenti e i media prodotti nell'ambito del progetto, in particolare libri, opuscoli, comunicati stampa, cd, ecc. dovranno avere il logo del programma Life.

• Logo progetto "IDEMS"

E' stato progettato e realizzato il logo del progetto IDEMS.

- **Conferenze stampa e comunicati stampa**

In febbraio a Ravenna è stata tenuta una conferenza stampa per la presentazione pubblica di IDEMS e per invitare la cittadinanza al convegno indetto per il 10 febbraio. A questa conferenza per la presentazione del progetto hanno partecipato l'Assessore al servizio Ambiente del Comune di Ravenna e un membro del Comitato Ecolabel ed Ecoaudit.

- **Stampa locale editoria specializzata**

I contatti con la stampa così come in generale tutte le attività di comunicazione devono avere come riferimento i diversi destinatari a cui sono diretti .

Sarà pertanto utile differenziare i contatti non solo tra la stampa locale e l'editoria specializzata, orientando i messaggi, la forma del linguaggio e dei contenuti, rispetto al pubblico che li deve ricevere . Dovranno essere quindi differenziate le informazioni dirette oltre ai potenziali beneficiari, alle Autorità regionali e locali, alle altre autorità pubbliche, alle organizzazioni professionali, alle parti economiche e sociali alle associazioni di categoria e agli operatori privati.

La conferenza stampa svoltasi a febbraio e il convegno del 10 febbraio sono stati poi riportati su tutta la stampa locale e regionale (es. articolo allegato di Regioni e Ambiente).

- **Format del progetto**

E' stata effettuata la redazione e la diffusione di un volantino facilmente comprensibile, con l'intento di fornire ai cittadini un'informazione ampia e corretta sulle finalità del progetto.

Si vuole inoltre informare la cittadinanza e le categorie interessate sulle opportunità e sulle risorse connesse all'appartenenza all'Unione Europea.

- **Coordinamento Agende 21 Italia**

Il coordinamento attraverso la sua rete di network ha diffuso l'informazione essendo anche lui un partner reference del progetto e ha dato pubblicità sulla sua home page.

- **Comunicazione con Gruppo di Lavoro della Campagna Facciamo i conti con L'Ambiente**

Nell'ordine del giorno dell'incontro del Gruppo di Lavoro degli aderenti alla Campagna Facciamo i conti con l'Ambiente, tenutosi a Firenze durante la manifestazione Terra Futura, è stato presentato il progetto Life IDEMS.

- **Conferenza ufficiale di presentazione di IDEMS**

La prima conferenza è avvenuta in data 10 febbraio 2006 a Ravenna, in questa data è stato organizzato in collaborazione con DG Ambiente e il Comitato Ecolabel ed Ecoaudit, un convegno internazionale dal titolo EMAS e i Bilanci Ambientali: gli

strumenti volontari al servizio della governance e per la trasparenza dell'informazione ambientale.

A questo evento sono intervenuti la Commissione Europea, il Comitato per Ecolabel ed Ecoaudit italiano, Iclei, il Coordinamento Agende 21 locali italiane, e numerose esperienze concrete sviluppate in tutta Europa.

I temi discussi sono stati Emas e i sistemi di certificazione ambientale, contabilità ambientale, agenda 21 locale, quali strumenti volontari al servizio delle Pubbliche Amministrazioni. Ulteriori tematiche di approfondimento sono state: previsioni di revisione del regolamento Emas, raccomandazione sull'ambiente urbano, evoluzione degli strumenti volontari.

Il workshop ha fornito non solo un momento di riflessione sulle potenzialità di tali strumenti ma anche un'occasione di confronto sulla loro integrabilità ed efficacia sotto la lente della governance e della capacità di comunicare le politiche ambientali.

I partecipanti all'evento sono stati 237 con rappresentanza da tutta Italia.

- **Sito web**

E' stato attivato entro dicembre 2005 il sito del progetto come previsto nella task 1 (www.idems.it) , inoltre è stato inviato il banner da inserire nelle pagine web dei partner del progetto. Nel sito è inoltre presente una sezione riservata per lo scambio di informazioni tra i partner.

- **CdRom**

Dal progetto come risultato della task 4 è prevista la realizzazione di un Cdrom (1500 copie in Inglese, 2500 in Italiano, 1000 in Greco), con prevalenti contenuti tecnici .

- **Manuale**

Produzione di un Manuale contenente lo standard elaborato come risultato del progetto Life IDEMS. Il manuale conterrà i risultati del progetto e sarà presentato durante il Workshop finale .Il manuale includerà oltre ai risultati conclusivi e la sua ripetibilità ad altre realtà. Ne saranno pubblicate 1500 copie in Inglese, 2500 in Italiano, e 1000 in Greco.

TASK 4

Si riportano le attività di comunicazione e divulgazione che sono state descritte con la task 4, questa task segue tutto il progetto con l'obiettivo di divulgare i risultati del progetto all'interno di ogni nazione e dell'Europa. In particolare, i risultati concreti derivati dal locale programma-pilota dei partner, lo standard definitivo e le guide linea per lo sviluppo del sistema di gestione integrato saranno diffusi. Per una comunicazione più efficace, viene anticipato che è necessario rendere pubblico a dare ampia diffusione a tutti i documenti a un livello intermedio, tutti i documenti finali delle varie fasi e il kit di addestramento.

La task 4 è articolata in 4 sub task:

4.1 I metodi di comunicazione saranno costruiti in modo da divulgare i risultati intermedi e rendere accessibili tutti i documenti intermedi. Per raggiungere i differenti obiettivi di diffusione, si è anticipato di raggiungere: siti internet in italiano, inglese, greco contenenti le presentazioni tecniche e le spiegazioni del progetto, i risultati documentati, teoria e metodologia, work in progress documentato, un kit scaricabile per la diffusione locale. Il sito web è presente una sezione riservata ai partner per lo scambio di informazioni.

Sarà fornito anche un servizio per ricordare ai partner le linee guide e gli incontri via telefono e via e-mail. Sarà prevista una sezione interattiva per ottenere ulteriori informazioni e materiali; newsletter per informare e diffondere su larga scala i risultati intermedi; la newsletter sarà spedita via e-mail a tutti gli coloro che ne avranno fatta richiesta, a tutti i membri del Coordinamento della Agende 21 italiane e ai network dei partner; 500 kit per la diffusione locale che contiene una presentazione per il progetto e materiale di diffusione; questo kit conterrà libri, cd, brochure per mostrare alle altre organizzazioni tutto il materiale teorico e operativo e i documenti per adottare la standard sviluppato entro il progetto; 500 kit per la diffusione locale all'interno del governo locale; questo kit prevederà ulteriore materiale e documenti tecnici e operativi per facilitare l'adozione dello standard da parte delle altre organizzazioni.

4.2 ci saranno iniziative di diffusione locale e di diffusione centrale verso una organizzazione e partecipazione degli eventi, continui aggiornamenti sul sito internet e pubblicazione della newsletter. È anche prevista una conferenza a medio termine a Ravenna.

4.3 darà ampia diffusione dei risultati del progetto concernenti: la stampa di un libro contenente lo standard e i risultati del progetto (1500 copie in inglese, 2500 in

italiano, 1000 in greco); un cd con la versione elettronica del libro e dei documenti operativi utili per la realizzazione dello standard (1500 copie in inglese, 2500 in italiano, 1000 in greco; una brochure finale in italiano, inglese, greco, 5000 copie in ogni lingua); l'organizzazione di una conferenza internazionale finale per presentare i risultati, indirizzata ai membri delle commissioni nazionali e ai governi, ai politici, ai tecnici dei governi locali, ai centri di ricerca, alle università e ai gruppi internazionali.

4.4 mira a produrre un piano di comunicazione dopo LIFE in inglese in formato cartaceo ed elettronico. Il piano fornirà: un sito web aggiornante il programma, una newsletter che distribuisce il programma per informare circa le notizie concernenti il progetto e sull'adozione dello standard da parte delle altre organizzazioni, un piano di diffusione dopo LIFE che dovrà coinvolgere ogni città sviluppatrice e referente nella promozione dell'adozione dello standard da parte delle altre organizzazioni. Il responsabile generale della diffusione dei risultati è il Beneficiario. I partner che si occupano del programma pilota locale saranno responsabili della diffusione locale mentre le città referenti saranno responsabili della diffusione internazionale. I metodi utilizzati saranno pubblicati insieme ai risultati finali, alla pubblicazione elettronica dei risultati intermedi, partecipazione ed organizzazione degli eventi di diffusione. Gli indicatori di progresso dei risultati dell'operazione sono vincolati al materiale di comunicazione, che include: n. dei prodotti, n. delle copie distribuite, n. delle iscrizioni alle newsletter, n. degli accessi al sito web, n. dei documenti scaricati, n. delle richieste ricevute, n. dei libri e dei cd stampati, n. degli eventi di diffusione, n. dei partecipanti, n. delle organizzazioni che adotteranno lo standard, n. delle pubblicazioni sul progetto. Gli obiettivi della diffusione sono: creare soggetti che prendono decisioni e fanno politica (autorità locali, sindaci e membri di consiglio locali); amministratori locali e tecnici che adottino lo standard; ricercatori ed esperti ambientali che contribuiscano a divulgare lo standard; i kit per la diffusione saranno distribuiti a livello locale in Italia, Grecia, Germania e Svezia; ultimo ma non meno importante la Commissione nazionale EMAS e la Commissione Europea che otterranno informazioni preliminari per la realizzazione dell'EMP urbano e per la sua integrazione con EMAS. Le principali obbligazioni di questa fase sono la predisposizione e l'attivazione dei primi mesi del progetto, i metodi di diffusione, la possibilità dell'adozione dello standard da parte delle altre organizzazioni, il coinvolgimento degli impiegati.

Si allega uno schema riassuntivo delle attività svolte e delle attività, con relative scadenze, che sono previste dal progetto:

Attività già svolte	Attività da svolgere
Da ottobre 2005 a maggio 2006	Da maggio 2006 a maggio 2008
<ul style="list-style-type: none"> - realizzazione logo Life IDEMS - progettazione e realizzazione del sito IDEMS - pubblicità e diffusione del progetto tramite: sito di Agenda 21 del Comune di Ravenna, sito del Coordinamento Agende 21 Locali Italiane e sua rete di network, presentazione del progetto al Gruppo di Lavoro della “Campagna facciamo i conti con l’Ambiente” del network Clear - conferenze stampa e comunicati stampa: articoli su stampa locale e regionale, conferenza stampa a Ravenna per presentazione del progetto - redazione e diffusione del format del progetto per fornire ai cittadini interessati una informazione ampia e corretta sulle finalità del progetto, e richiesta ai partner per la sua diffusione - convegno internazionale dal titolo “Emas e i bilanci Ambientali” 10 febbraio 2006: in cui è stato presentato il progetto Life IDEMS - banner inviato ai partner da inserire nel loro sito 	<p>15/05/2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - final brochure - final publication: book, cd, brochure <hr/> <p>31/05/2008</p> <ul style="list-style-type: none"> - newsletter - conferenza finale - after Life Communication Plan: website, newsletter, disseminazione e tutoraggio per la diffusione del progetto, eventuale nuova proposta alla Commissione Europea