

STREAM

Sostenere il Turismo sostenibile, la Rigenerazione urbana e la promozione delle Arti in aree Montane – ITAT 2024

Piano strategico di comunicazione

Progetto finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale nell'ambito del Programma di cooperazione Interreg V-A Italia - Austria 2014-2020

Partners:



Comune di
Sarnede



Comune di
Tramonti di Sotto



Fondazione
Centro Studi
Tiziano e Cadore



REGIONAL
MANAGEMENT
kärnten:mitte



COMITATO PRO LOCO
UNPLU TREVISO

Associated Partner



WWW.STADTGMUEND.AT

KÜNSTLERSTADTGMÜND

Sommario

4. Premessa

- 6. Valore strategico della comunicazione nel progetto comunitario STREAM

7. Analisi di contesto

- 8. Panoramica del programma STREAM, obiettivi e target
- 9. La fruizione dei media

10. La Strategia di Comunicazione

- 11. Obiettivi di comunicazione
- 12. Il pubblico di riferimento
- 13. Messaggi chiave

15. Azioni e strumenti di Comunicazione

18. Governance della Comunicazione



La strategia di comunicazione del programma di cooperazione obbliga i beneficiari ad attuare attività di comunicazione appropriate per informare i cittadini europei su come viene speso il denaro pubblico e definisce l'obiettivo di tali attività.

Tutte le attività di comunicazione dei beneficiari mirano ad assicurare un'adeguata trasparenza per quanto riguarda l'attuazione del progetto e a rendere visibile il valore e i risultati della cooperazione transfrontaliera.

Il raggiungimento di questo obiettivo servirà come punto di riferimento per valutare l'ammissibilità delle spese nell'ambito del controllo amministrativo, il cosiddetto Controllo di Primo Livello (Reg.1303/2013, art.125), da parte degli organi responsabili.

In caso di irregolarità riscontrate nell'attuazione delle attività di comunicazione può essere effettuato un taglio totale (100%) o parziale delle spese, tenendo conto del grado di conseguimento dell'obiettivo di cui sopra.

Le attività di comunicazione dovrebbero essere concordate tra i partner del progetto e coordinate da Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore in qualità di partner responsabile della comunicazione e divulgazione del progetto S.T.R.E.A.M. Su richiesta dell'Autorità di gestione il Lead Partner, cioè il Comune di Sarmede, è tenuto a presentare in qualsiasi momento e senza indugio prove delle attività di comunicazione attuate. Inoltre, tutti i partner di progetto devono riportare le attività di comunicazione svolte all'Autorità di gestione nell'ambito dei rapporti di avanzamento e nella relazione finale.



Il Flash Eurobarometro 'Cross-border cooperation in the EU' (2015)¹ ha rilevato che la maggior parte delle persone che vivono in regioni frontaliere dell'UE non sono a conoscenza dei progetti e delle attività di cooperazione transfrontaliera finanziati dall'UE nella loro regione.

Dall'indagine emerge con chiarezza la necessità di una comunicazione più efficace orientata a:

1. Garantire una migliore visibilità e sensibilizzazione sui risultati dei programmi;
2. Rafforzare le sinergie con gli altri programmi/iniziative finanziate dall'UE;
3. Sviluppare processi e flussi di comunicazione interna virtuosi attraverso un migliore coordinamento tra tutte le parti coinvolte durante l'attuazione dei programmi transfrontalieri così da fornire un'analisi critica dei progetti (mettendo in evidenza storie di successo e lacune, quali utili strumenti di raccomandazioni per il post-2020) e allo stesso tempo assicurare ai

progetti un elevato livello di qualità, trasparenza e vicinanza ai cittadini.

In questo nuovo ciclo di programmazione 2014-2020 la comunicazione assume un ruolo ancora più rilevante rispetto al passato. L'orientamento della Commissione europea è oggi volto ad avviare un processo di revisione della strategia di comunicazione attraverso azioni finalizzate ad un coinvolgimento attivo dei beneficiari (potenziali e effettivi), una migliore comunicazione dialogica tra i cittadini ed i responsabili delle politiche dell'UE negli Stati membri, ed il rafforzamento della cooperazione tra le istituzioni comunitarie ed i governi dei Paesi membri.

Alla comunicazione è più che mai attribuita una funzione non solo "strumentale", per veicolare un tipo d'informazione trasparente, obiettiva, puntuale e coerente, ma anche "culturale", spostando così l'ago della bilancia da un focus sugli strumenti e sugli output ad un focus sulle persone e sui risultati.

1. Flash Eurobarometro 422 "Cross Border Cooperation in the EU" Public Opinion European Commission, September 2015, Web. 6 Oct. 2015
Nella foto: dettaglio del laboratorio Il Filo di Mosaico, Tramonti di Sotto, Pordenone

Valore strategico della comunicazione nel progetto comunitario STREAM

La commissione europea ha attribuito alla comunicazione un ruolo strategico per contribuire al raggiungimento degli obiettivi stessi dei programmi comunitari.

Ciò è particolarmente valido per i programmi finanziati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FERS) per la Cooperazione Territoriale Europea – CTE (transfrontaliera, transnazionale e interregionale) strumenti importanti e strategici per il processo di integrazione europea. Il progetto STREAM incoraggia il territorio a partecipare attivamente nel coinvolgimento di artisti e visitatori a collaborare e ad apprendere reciprocamente mediante la costruzione di eventi comuni e di reti che abbiano impatti concreti sull'accrescimento del valore delle destinazioni transfrontaliere coinvolte nel progetto.

Azioni e interventi tesi a superare i limiti dei confini amministrativi e culturali dei diversi territori coinvolti hanno l'obiettivo comune di rendere i borghi coinvolti nel progetto STREAM

mete culturali e turistiche di valore.

Elemento chiave per dare attuazione al principio del partenariato, la comunicazione contribuisce in modo pro-attivo ad una maggiore visibilità e comprensione del ruolo e del valore aggiunto della politica di coesione e dei fondi SIE (Fondi strutturali e di investimento europei) riducendo le distanze tra l'Unione europea e i cittadini, anche attraverso il coinvolgimento diretto degli stakeholder, del pubblico e degli opinion leader.

Le azioni di comunicazione e informazione costituiscono parte integrante dell'approccio orientato ai risultati dove l'ascolto entra prepotentemente, ed a ragione, in una dinamica dialogica, l'unica in grado di creare coinvolgimento, senso di appartenenza e stimolare così una maggiore partecipazione all'attuazione, alla sorveglianza e alla valutazione degli interventi previsti, in particolare, dal progetto STREAM. La parola chiave è "dialogare" per costruire insieme un nuovo "territorio" condiviso.



Analisi di contesto

La definizione della strategia di comunicazione tiene conto della struttura e degli obiettivi del programma STREAM in relazione alle caratteristiche socio-culturali dei territori transfrontalieri coinvolti nel progetto ed alla modalità di fruizione dei principali mezzi di comunicazione.

I progetti di cooperazione sono strettamente collegati al raggiungimento di specifici obiettivi strategici dei partner coinvolti. A tale scopo, un piano di comunicazione ben strutturato deve contenere le strategie legate alla comunicazione sia interna, sia esterna, facilitando e ottimizzando una comunicazione integrata a livello transfrontaliero.

Il piano di comunicazione del progetto STREAM fornirà linee guida generali per le attività di comunicazione che devono essere svolte da tutti i partner coinvolti.

Definisce la strategia generale tenendo conto degli obiettivi di comunicazione transnazionali e regionali. Fornisce informazioni, materiali di supporto e documenti da utilizzare per la comunicazione interna ed esterna del progetto.

Infine, mira a definire le responsabilità dei partner nella sua implementazione e contiene anche indicatori di performance e metodi di monitoraggio e valutazione.

Panoramica del progetto STREAM, obiettivi e target

Il progetto STREAM è nato con il primario obiettivo di sostenere il turismo sostenibile, la rigenerazione urbana e la promozione delle Arti in aree montane transfrontaliere Italia-Austria.

L'area transfrontaliera è caratterizzata da una ricchissima eredità culturale, la quale si manifesta in un notevole quantitativo di siti e opere che rappresentano una grande opportunità di crescita economica, sociale e turistica. Gli asset culturali tangibili e intangibili sono una risorsa chiave, spesso sottostimata, che può e deve contribuire al rilancio dell'area. Il progetto STREAM nasce dalla volontà di aumentare il potenziale turistico dell'area transfrontaliera, mettendo in rete risorse culturali italiane e austriache.

L'obiettivo è la valorizzazione e la preservazione del patrimonio e allo stesso tempo il suo inserimento in una rinnovata offerta turistica transfrontaliera, tramite una serie di azioni volte a creare modelli di sviluppo sostenibile per spazi pubblici e privati tramite l'arte e la cultura (rigenerazione urbana), al rilancio di piccoli centri storici in area transfrontaliera (rigenerazione culturale), nonché alla promozione integrata e sostenibile delle destinazioni culturali valorizzate, rivolta alle organizzazioni del turismo, alle pubbliche amministrazioni e alla popolazione locale.

Il progetto prevede una strategia di comunicazione volta alla diffusione delle informazioni e dei messaggi chiave proposti per promuovere lo sviluppo sostenibile del turismo culturale

nei tanti centri e borghi rurali di montagna. Il risultato atteso è l'aumento della partecipazione nei processi decisionali e la promozione turistica delle destinazioni meno conosciute.

Le attività di comunicazione, coordinate dal partner Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore hanno l'obiettivo di garantire un'ampia ed efficace diffusione delle informazioni e dei messaggi chiave di progetto e la definizione dei target da raggiungere.

Obiettivi del progetto STREAM

- Valorizzazione e preservazione del patrimonio transfrontaliero esistente e in pericolo di desertificazione e spopolamento;
- Inserimento di tale patrimonio in una rinnovata offerta turistica transfrontaliera in chiave artistica, guidando l'attività di mappatura e recupero di spazi pubblici e privati;
- Rilancio di piccoli centri storici in area transfrontaliera attraverso un processo di rigenerazione culturale stimolando la nascita di un circolo virtuoso che mira al coinvolgimento della collettività locale;
- Promozione integrata e sostenibile delle destinazioni scelte, attraverso un processo di identificazione delle leve in grado di destagionalizzare l'offerta turistica esistente e favorendo il consumo della popolazione residente.

La fruizione dei media

L'analisi della fruizione dei media in relazione al territorio alpino e al contesto socio-culturale di riferimento (spopolamento e conseguente invecchiamento della popolazione) fornisce utili contributi per il corretto approccio della strategia di comunicazione.

L'uso dei media digitali, centrali in una strategia di comunicazione rivolta in particolar modo alle nuove generazioni, costituisce anche uno strumento di comunicazione privilegiato per il tessuto imprenditoriale.

Il rischio di esclusione digitale è tuttora connesso a fattori di natura generazionale, di genere, di istruzione, di reddito e professione. Per tali categorie, con particolare riferimento agli over 55, i media digitali non possono dunque costi-

tuire lo strumento principale di comunicazione anche se la tendenza è di una progressiva digitalizzazione. In un contesto caratterizzato da un progressivo invecchiamento della popolazione, dunque, il digital, con particolare riferimento al sito web, rimanendo centrale, deve essere affiancato da strumenti più tradizionali, off line, in grado di creare un contatto diretto con i diversi pubblici di riferimento.

In una logica che ben si sposa con il concetto di integrazione e cooperazione, la maggiore efficacia della comunicazione sarà nell'utilizzo integrato dei diversi canali e strumenti di comunicazione oggi a disposizione on line e off line.



Nella foto: fiume Meduna, Tramonti di Sotto, Pordenone

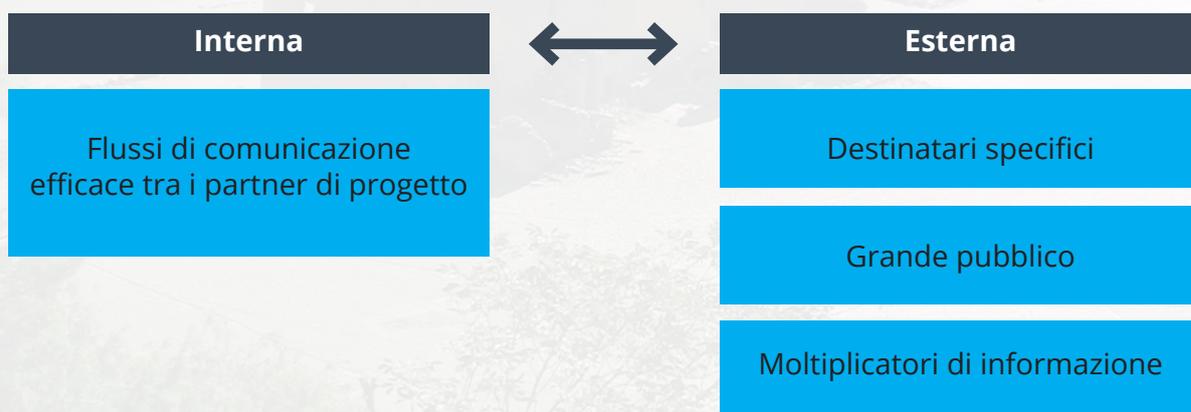
La strategia di comunicazione

La strategia di comunicazione si caratterizza per un approccio dialogico fortemente orientato al risultato e targettizzata in base a: eterogenei pubblici di riferimento, diverse fasi del ciclo di vita del Programma e differenti strumenti. Tutto ciò al fine di "sintonizzare" messaggi, canali e destinatari.

Obiettivi specifici per i diversi gruppi target ed esigenze di programma troveranno risposta in strumenti e contenuti mirati, dalle informazioni di servizio a contenuti che stabiliscano

un contatto empatico con il pubblico di riferimento. Modalità di comunicazione di servizio, bidirezionale e partecipata faranno sì che ogni target diventi ambasciatore del Programma facendo leva sullo strumento di comunicazione più efficace: l'opinione positiva attraverso il passa-parola e la condivisione dei contenuti. La strategia contempla i due aspetti della comunicazione quella interna e quella esterna che interagiscono tra loro producendo un effetto moltiplicatore.

LA COMUNICAZIONE DEL PROGRAMMA



Nella foto: lago di Redona con le rovine di borgo Movada, Tramonti di Sotto (Pordenone)

Obiettivi di comunicazione

Per una strategia di comunicazione orientata al risultato la definizione di obiettivi chiari e misurabili rappresenta un elemento cardine. Partendo dall'analisi del contesto di riferimento, gli obiettivi individuati dovranno rispondere al modello **"SMART"**: **S**pecifici (concreti e chiari), **M**isurabili (definiti in termini di risultati osservabili), **A**ccordati (condivisi da tutti i soggetti attuatori), **R**ealizzabili (in base a vincoli e risorse sostenibili), **T**empificati (raggiungibili in un tempo determinato).

Obiettivi specifici del piano di comunicazione

1. Consolidare la diffusione e conoscenza del progetto STREAM attraverso la definizione di un linea di comunicazione chiara, univoca che consideri anche un approccio multi lingue trattandosi di un progetto transfrontaliero;
2. Aumentare la notorietà, la visibilità e la comprensione del progetto, in termini di riconoscibilità del brand STREAM (brand awareness);
3. Supportare i partner nella comunicazione del progetto attraverso la condivisione e la fornitura di strumenti di comunicazione coordinati;
4. Incrementare la consapevolezza dei cittadini che vivono nei territori transfrontalieri coinvolti nel progetto STREAM del ruolo che l'Unione europea svolge;
5. Facilitare la comunicazione interna ed esterna del progetto STREAM tra i singoli organismi e le amministrazioni partner e verso i portatori di interesse, per comunicare solo ciò che serve in modo semplice ed efficace.

Il pubblico di riferimento

Le azioni di comunicazione individuano quattro principali gruppi target.

Durante la progettazione delle specifiche iniziative di comunicazione e informazione verranno meglio identificate metodologie di targeting per definire e contestualizzare i messaggi e gli strumenti da adottare.

Beneficiari effettivi

Soggetti attuatori del progetto STREAM:
Comune di Sarmede (TV), Lead partner
Comitato Provinciale UNPLI (TV)
Comune di Tramonti di Sotto (PN)
Fondazione Centro Studi Tiziano e Cadore,
Pieve di Cadore (BL)
RM Regionalmanagement Karnten:Mitte
con Sankt Veit an der Glan e Gmünd

Destinatari specifici

Strettamente connessi alle diverse tipologie di intervento previste dal progetto, sono coloro che beneficeranno degli effetti delle differenti azioni del progetto STREAM:

- I proprietari di spazi pubblici e privati all'interno dei comuni potenzialmente destinati ad attività culturali e artistiche;
- I cittadini;
- Turisti e visitatori delle aree di interesse individuate dai partner di progetto;
- Gli artisti che verranno coinvolti nel progetto sia italiani sia austriaci;

- Le industrie artistiche e culturali dei territori di riferimento;
- Le strutture ricettive;
- Le organizzazioni turistiche.

Grande pubblico e stakeholders

Si tratta del pubblico non direttamente coinvolto nella realizzazione degli interventi ma che di essi ne beneficia in quanto parte della comunità e in termini di ricaduta sulle condizioni complessive di vita delle aree di frontiera. Ma anche le organizzazioni turistiche non direttamente coinvolte, gli organizzatori di eventi dei territori limitrofi, le pubbliche amministrazioni, le aziende, le istituzioni, le associazioni di volontariato, i comitati e le varie aggregazioni locali.

Moltiplicatori di interesse

Si tratta di organismi intermedi che potranno supportare i beneficiari del progetto nella divulgazione del progetto STREAM, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- Gruppi target specifici selezionati in base alle diverse tematiche affrontate (Università, Partenariato, Centri di Ricerca, Scuole, etc.);
- Mass media tradizionali e digitali;
- Opinion leader in relazione alle tematiche da promuovere (blogger, giornalisti, ricercatori e accademici);
- Radio, televisioni e giornali locali.

Messaggi chiave

Messaggio generale

Sostenere il Turismo sostenibile, la Rigenerazione urbana e la promozione delle Arti in aree Montane.

Il messaggio nasce per raccontare le primarie finalità del progetto STREAM. Il progetto nasce infatti per dare un impulso concreto al turismo delle località, una rigenerazione urbana fondata su un rapporto di collaborazione e dialogo tra artista e abitante, tra sperimentazione e manutenzione e la promozione dell'arte nelle aree montane, luoghi in cui l'arte può radicarsi e riproporsi in un habitat inedito e suggestivo.

Messaggi specifici delle diverse fasi progettuali

Tre messaggi chiave, per tre azioni diacroniche e integrate tra loro che permettono di valorizzare il progetto STREAM.

- **Creare modelli di sviluppo sostenibile per spazi pubblici e privati tramite arte e cultura.**

La parola chiave di questo concetto è Rigenerazione. Il messaggio lo si intende rivolto alle comunità locali e l'output desiderato è costituito da uno sforzo condiviso per mappare i territori individuando dei luoghi e degli spazi da rigenerare.

Ovviamente la comunicazione con la cittadinanza sarà un elemento fondamentale per condividere ogni step avanzativo nella ricerca

di questi spazi e per orientare al meglio la ricerca di queste aree.

Altre parole che riassumono e identificano questa prima fase di scouting on field sono: *ricerca esperienziale, condivisione, dialogo, aree fertili, itinerari, turismo possibili, sguardi incrociati, mappatura, legende, bussole, orizzonti.*

- **Rilanciare piccoli centri storici in area transfrontaliera.**

L'opportunità di creare dei percorsi d'arte assolutamente inediti e inseriti in un contesto naturalistico eccezionale è un plus che incide sia sull'opera d'arte che sul territorio. Il destinatario naturale della comunicazione di questo secondo step del progetto STREAM è la comunità di artisti italiani ed europei e il messaggio da veicolare consiste nell'opportunità di svolgere un'opera di Rigenerazione Culturale di un territorio.

Altre keywords che rafforzano questo messaggio e questa azione:

sensibilizzazione, inediti, visioni, esterne originalità, contaminazioni, seminazioni, aperture, influenze, azioni e adozioni.

- **Promuovere in maniera integrata e sostenibile delle destinazioni culturali valorizzate.**

Il terzo messaggio chiave del progetto consiste nel parlare all'esterno facendo parlare le esperienze artistiche, le innovazioni e le espressioni culturali attivate nelle destinazioni prescelte.

Una promozione dei luoghi attraverso l'esposizione dei progetti diviene un modo per rinfrescare e adattare la comunicazione turistica classica.

Oltre a veicolare il messaggio verso organi di informazione e moltiplicatori di informazione, occorrerà continuare la comunicazione verso la cittadinanza mostrando i risultati del progetto

to e incentivando il senso di appartenenza e di orgoglio degli abitanti nei confronti di paesi che diventano un richiamo per artisti e nuovi turisti.

Altre keywords che rafforzano il messaggio: *Buone pratiche, promozione, valorizzazione, diffusione, dilatazione, interazione, rafforzamento, incontro, capacità, contemporaneità, reazione.*

POSSIBILI KEY MESSAGES

- STREAM** è un progetto integrato transfrontaliero che permette di Sostenere il Turismo sostenibile, la Rigenerazione urbana e la promozione delle Arti in aree Montane
- STREAM** è un progetto di sviluppo sostenibile e inclusivo della regione transfrontaliera
- STREAM** è un progetto di rigenerazione urbana sostenibile per recuperare spazi pubblici e privati attraverso l'arte e la cultura
- STREAM** nasce per contrastare il fenomeno dello spopolamento dei piccoli centri attraverso la creazione di una rete transfrontaliera di residenze per artisti
- STREAM** definisce le best practices per un rilancio culturale dei piccoli centri storici in area transfrontaliera
- STREAM** propone un processo di Promozione integrata e sostenibile della destinazione culturale transfrontaliera

POSSIBILI SLOGAN DIVULGATIVI

- STREAM**, l'arte come strumento di Rigenerazione Urbana
- STREAM**, visioni inedite nel paesaggio montano
- STREAM**, conoscere e interpretare un territorio attraverso arte e cultura
- STREAM**, sostenibilità, identità, creatività
- STREAM**, la cultura si fa spazio
- STREAM**, progettare spazi e custodire cultura
- STREAM**, valorizzare un territorio, ascoltando nuove voci



Azioni e strumenti di comunicazione

Brand Identity Guidelines del progetto

Per comunicare al meglio il progetto sarà renderlo il più possibile riconoscibile e valorizzabile. Per farlo occorre sviluppare un segno grafico che sappia tradurre gli obiettivi fondamentali e la natura stessa di STREAM.

Da un punto di vista di output realizzativi si è lavorato sulla definizione del logotipo, che è stato realizzato per riaffermare elementi di unicità, originalità e capacità di adattamento su diversi formati. La definizione del Logotipo del progetto STREAM è stata un'azione condivisa dai diversi partner del progetto per adottare un marchio che fosse il più possibile rappresentativo delle esigenze di tutti i soggetti protagonisti.

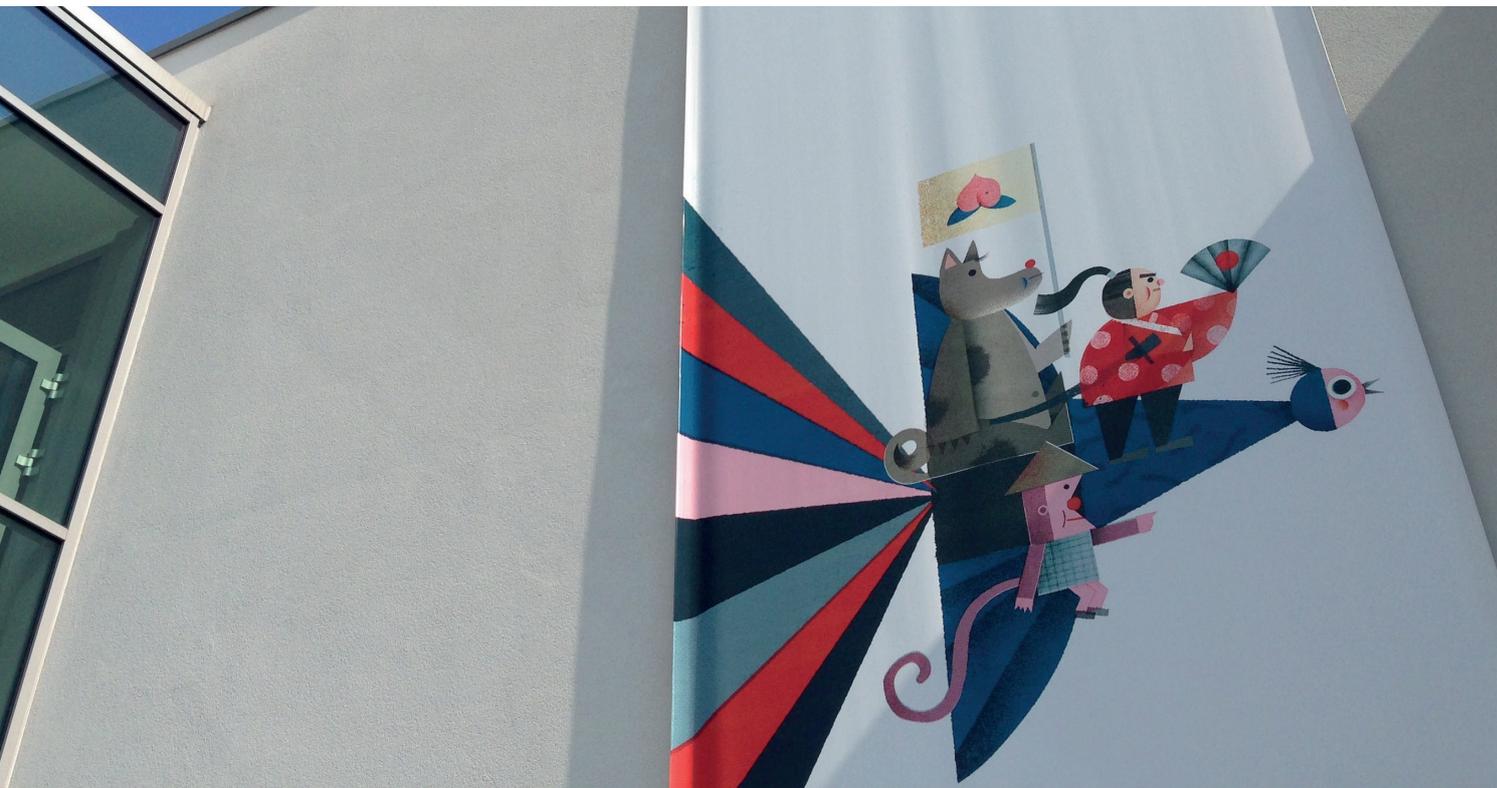
Oltre al logo è stata sviluppata una linea guida grafica che potesse adattarsi agli strumenti di comunicazione del progetto. La grafica del

logo e le scelte cromatiche che lo definiscono sono state quindi ribadite sulla carta intestata del progetto STREAM, sui format di presentazione e sui documenti interni.

Realizzazione degli strumenti di comunicazione cartacei

La comunicazione verso l'esterno prevederà l'adozione di strumenti on line e di supporti cartacei che serviranno a presentare, con un diverso grado di approfondimento a seconda del tipo di materiale, gli step avanzativi del progetto.

Tra questi materiali di comunicazione sono previsti un Roll-Up di presentazione del progetto che consiste nella personalizzazione di un espositore avvolgibile per garantire visibi-



lità e ottimizzare le azioni di comunicazione. Il roll up è stato realizzato in una versione bilingue, in italiano e in tedesco.

Oltre al roll up è stato realizzato un manifesto di formato A3 in lingua italiana e tedesca e una brochure informativa che sarà resa disponibile in tre lingue: italiano, tedesco e inglese e il cui principale obiettivo sarà di specificare i principali obiettivi di STREAM, definendo in maniera chiara i target di riferimento della comunicazione.

Strumenti di comunicazione online

Il sito web è il principale strumento di comunicazione on line di un progetto. Il sito permetterà di offrire tutte le informazioni necessarie per comunicare le diverse fasi realizzative di STREAM. Presenterà i diversi partner del

progetto e proporrà uno sguardo istituzionale sugli aspetti legati agli obiettivi di STREAM, ma sarà anche uno spazio di condivisione di informazioni e di contenuti con il pubblico che saranno messi a disposizione al termine degli eventi organizzati sui territori.

La scelta del web design sarà molto importante e il sito verrà progettato per essere completamente responsive, vale a dire perfettamente fruibile da tutti i device, sia desktop che mobili. Per garantire una presenza del progetto STREAM anche sui social network si è scelto di sviluppare una comunicazione partendo dalle pagine social ufficiali dei partner di progetto.

Il partner responsabile della comunicazione invierà ai social media manager degli altri partner i materiali digitali per presentare il progetto STREAM (Immagini di copertina, Immagini di profilo, Single Post Image, Carousel, etc).

Questo permetterà di comunicare il progetto STREAM in maniera del tutto coordinata.

Il Lead partner provvederà alla creazione di una pagina Facebook dedicata al progetto STREAM a cui poi contribuiranno tutti i partner.

Iniziative sul territorio per tutta la durata del progetto

Il progetto STREAM nasce per delineare un percorso di rinascita del territorio attraverso l'arte e la cultura. Questo obiettivo così alto va visto come una risultante di un lavoro di squadra. Riuscire a sensibilizzare il territorio raccontando il progress del progetto è la sfida più immediata. Ecco perché è stato deciso di realizzare diversi eventi informativi che serviranno ad accrescere l'attenzione della gente locale e a spiegare le scelte artistiche e culturali del progetto STREAM.

Queste iniziative verranno svolte in tutti i comuni partners del progetto e potranno essere strutturate in maniera differente a seconda

degli obiettivi strategici dell'iniziativa: potranno quindi essere organizzati seminari, workshop, eventi, incontri, ma anche delle azioni ancora più legate agli obiettivi di STREAM con la realizzazione di itinerari dell'Arte, laboratori in residenza per artisti e creazione di eventi culturali in area transfrontaliera.

Attività di seeding e ufficio stampa

Tutti i diversi step del progetto STREAM potranno contare su una copertura media dedicata, che si strutturerà con un ufficio stampa che lavorerà alla stesura di comunicati indirizzati ai media locali.

I comunicati stampa verranno realizzati sia nella fase di start del progetto, che durante gli eventi informativi indirizzati alla cittadinanza. Anche la conferenza finale di progetto, che permetterà di tirare le fila sugli obiettivi raggiunti da STREAM, sarà coperta e presentata ai media locali perché i risultati ottenuti dal progetto trovino cassa di risonanza adeguata.

STREAM

Sostenere il Turismo sostenibile, la Rigenerazione urbana e la promozione delle Arti in aree Montane - ITAT 2024



Progetto finanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale nell'ambito del Programma di cooperazione Interreg V-A Italia - Austria 2014-2020