

PROGETTO SUCCESS

—

SERVIZI UNIFICATI DI COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERE PER LA
CREAZIONE D'IMPRESA SOSTENIBILE E SICURA

ATTIVITA': C.1.2

Linee Guida Piano di Comunicazione
29 ottobre 2017
Partner Pilota Promocamera - Sassari

A cura di

Questo documento definisce le **linee guida** della strategia di comunicazione che verranno **declinate su tutti gli strumenti di comunicazione.**

Definirà le azioni che ciascun partner Partner svolgerà nell'ambito del Piano Transfrontaliero di Comunicazione, che potrà esser aggiornato anche durante lo svolgimento del Progetto.

Il Piano di Comunicazione si sviluppa secondo le seguenti linee guida:

DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

SELEZIONE DEL TARGET

INDIVIDUAZIONE DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

SCELTA DELLE AZIONI CHIAVE

ANALISI DEL CONTESTO

AREA DI COOPERAZIONE:
LIGURIA, TOSCANA, SARDEGNA, CORSICA, VAR FRANCIA

TESSUTO IMPRENDITORIALE: 92% PICCOLE E MEDIE IMPRESE

CRITICITÀ

STRUTTURA PRODUTTIVA FRAMMENTATA

SCARSO CAPITALE UMANO E FINANZIARIO

TASSO DI SOPRAVVIVENZA BASSO

OBIETTIVI GENERALI DEL PROGETTO

STRUMENTI

CAPITALIZZAZIONE DEI RISULTATI

I risultati ottenuti durante i progetti SERENA. ART². FRINET. FRINET². MARITTIMOTECH. INVITRA. ecc. hanno evidenziato importanti opportunità di sviluppo nei settori prioritari del Programma. La mappatura delle imprese e delle attività svolte evidenzia quali siano le azioni di comunicazione da sviluppare nella promozione del Progetto SUCCESS:

- **RAFFORZARE LA COMUNICAZIONE DIGITALE:** creazione e aggiornamento di pagine web, profili social, blog e newsletter. Definire le posizioni di social media manager per garantirne l'effettiva validità.
- **STIMOLARE L'INTERESSE:** sfruttare le potenzialità dei Social Network creando video promozionali del Progetto e condividendoli su gruppi Facebook o sul canale Youtube.
- **CREARE IDENTITÀ VISIVA:** rafforzare l'immagine del progetto con un'identità visiva omogenea e univoca in ogni ambito di comunicazione.

DESTINATARI DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Nuove Imprese, Micro e piccole imprese, Imprese Sociali appartenenti ai settori prioritari

Turismo innovativo e sostenibile

Nautica e Cantieristica navale

Energie Sostenibili

Biotecnologie blu e verde

Stakeholder

Erogatori di servizi specialistici

Enti programmatori delle politiche di sviluppo economico

Associazioni di categoria

Media locali e nazionali



A cura di



RUOLO DI CIASCUN PARTNER NELLA PIANIFICAZIONE DELLE AZIONI

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

MARCHIO E IMMAGINE COORDINATA / MATERIALE PROMOZIONALE

SITO WEB / SOCIAL NETWORK / SOCIAL MEDIA MARKETING / NEWSLETTER

**PARTECIPAZIONE E CREAZIONE EVENTI LOCALI E TRANSFRONTALIERI
INCONTRI FACE TO FACE / SEMINARI LOCALI / WEBINAR**

UFFICIO STAMPA

CONDIVISIONE DATI IN AMBIENTE CLOUD / PIATTAFORMA SERVIZI IN RETE

MARCHIO E IMMAGINE COORDINATA

Nel rispetto delle linee guida e delle regole contenute nel Manuale di Immagine coordinata del **Marittimo IT FR**, il progetto si doterà di una **propria immagine coordinata** da adottare per tutti gli strumenti di comunicazione, sia tradizionali che digitali.

MARCHIO: Esprimerà l'insieme di **valori del progetto** e sarà lo **strumento che definirà un posizionamento chiaro** e facilmente riconoscibile.

IMMAGINE COORDINATA: Uno **stile univoco** sarà applicato a **tutti i supporti di comunicazione** (depliant, web, blog, newsletter, ecc.).

Il documento di riferimento sarà il **manuale operativo d'immagine coordinata** del progetto, nel quale saranno indicate le regole di utilizzo del marchio e i **principi di composizione grafica**.

MATERIALE PROMOZIONALE DEPLIANT E SCHEDE INFORMATIVE

Finalità

Informazioni dettagliate sul progetto

Diffusione

- Imprese Target
- Erogatori di servizi specialistici
- Enti programmatori delle politiche di sviluppo economico
- Spazi di coworking
- Durante lo svolgimento degli eventi transfrontalieri e dei seminari locali

Soggetti responsabili alla produzione

- Partner di Progetto indicato alla produzione
- Responsabili della comunicazione

MATERIALE PROMOZIONALE ROLL UP, POSTER, CARTOLINE INFORMATIVE

Finalità

- Consolidamento dell'identità visiva del progetto
- Supporto di promozione degli eventi

Diffusione

- Presso le sedi di svolgimento degli eventi transfrontalieri e dei seminari locali
- Presso Fiere e manifestazioni

Soggetti responsabili alla produzione

- Ciascun Partner di progetto
- Responsabili della comunicazione

COMUNICAZIONE WEB - RUOLI E COMPETENZE

Il **Partner Responsabile**
individuerà il ruolo e le competenze di un
Web Content Manager - Webmaster
ovvero la figura professionale in grado di progettare e diffondere
contenuti Web testuali e visivi (video o post statici)

Ciascun Partner **individuerà il proprio Responsabile della comunicazione,**
incaricato alla
condivisione delle informazioni generali relative al Programma
e alla creazione di **contenuti specifici**
nell'ambito delle proprie azioni di comunicazione

SITO ISTITUZIONALE INTERREG MARITTIMO IT FR

- **Sezione Progetto SUCCESS:** Il progetto avrà una sezione bilingue all'interno del sito istituzionale INTERREG, nella quale saranno indicati obiettivi, vantaggi, filiere di riferimento. Si potranno approfondire le seguenti aree:
 - **Attività:** attività svolte e in corso, programmi nelle regioni coinvolte, attività da realizzare.
 - **Eventi:** tutti gli appuntamenti del progetto sempre aggiornati
 - **News:** le news in tempo reale dei partner SUCCESS che operano ogni giorno nel loro territorio per promuovere il progetto.
 - **Contatti:** i riferimenti di ciascun partner che contribuisce all'implementazione del progetto e i link ai relativi siti istituzionali.
 - **Piattaforma servizi:** accesso tramite autenticazione alla piattaforma dei servizi a supporto delle imprese.

SOCIAL NETWORK

Le principali piattaforme social da attivare sono Facebook. Twitter. Youtube
indispensabili per veicolare le notizie e gli eventi in programma.
contestualmente pubblicati nelle sezioni Eventi e News del sito web.

Si consiglia di utilizzare contenuti video per la promozione degli eventi in programma
e la diffusione dei risultati ottenuti nel corso del Progetto

Ciascun Partner del progetto. attraverso il proprio Responsabile della comunicazione
potrà gestire autonomamente la comunicazione sui Social Network
relativa alle attività in ambito locale
e impegnarsi a condividere nel proprio profilo
i contenuti pubblicati nel Profilo ufficiale del Progetto.

SOCIAL MEDIA E SOCIAL MEDIA MARKETING

Copertura organica: rappresenta il numero di persone si possono raggiungere gratuitamente su Facebook pubblicando contenuti. È necessaria per sostenere l'adesione dei gruppi target al progetto, animare la comunicazione e la condivisione dei programmi

Facebook Advertisin dà possibilità di taragetizzare gli utenti e **segmentare in maniera approfondita l'audience** a cui vogliamo rivolgerci.

Facebook Lead Ads: ideale per implementare il database. Si crea un'inserzione partendo un classico form da compilare. L'algoritmo traccia l'obiettivo scelto e il sistema ci invia le richieste di contatto ottenute.

Questo tipo di strategia sarà pianificata per ciascun territorio. in quanto è necessaria una segmentazione dei Target Group in base alla località e ai dati demografici. **Ciascun Partner dovrà indicare il budget destinato alla relativa campagna marketing.**

NEWSLETTER

Finalità: Informazioni dettagliate sul progetto / Supporto alla promozione degli eventi

Diffusione: Capitalizzare i contatti registrati da database precedentemente creati oltre che quelli ottenuti con la promozione nei canali web e tradizionali

Soggetti responsabili alla produzione: Ciascun Partner di progetto / Responsabile della comunicazione

Vantaggi:

- **Aggiornamento costante** delle informazioni sul Progetto
- **Informazione in tempo reale** riguardo seminari, webinar, ecc.
- **Informare stakeholder e media** sull'andamento del programma e dei progetti
- **Valorizzazione dei risultati** raggiunti presso tutti i destinatari

La newsletter avrà un format che deve essere rispettato in tutte le azioni di comunicazione.

Ciascun Partner del progetto, attraverso il proprio Responsabile della comunicazione potrà gestire autonomamente la comunicazione tramite newsletter

Finalità: il **Networking Fisico** promuove le **relazioni tra i diversi soggetti coinvolti** e l'effettiva **attivazione dei servizi specializzati di tutoring e coaching.**

Diffusione: pianificare a livello **territoriale un calendario locale di incontri**, anche in relazione a eventi locali già strutturati, e condividerlo tra Partner in modo da creare un **calendario transfrontaliero di progetto.**

Il calendario comprenderà:

- **Evento transfrontaliero di lancio del Progetto**
- **Eventi locali di promozione**
- **Masterclass**
- **Incontri Face to Face**

EVENTI TRANSFRONTALIERI

Evento Transfrontaliero di lancio: Presentazione del Progetto, degli obiettivi e delle fasi di attuazione. Saranno presentati gli strumenti di comunicazione del progetto.

Evento Transfrontaliero di chiusura del Progetto. Si illustrano i risultati del Progetto, la rete transfrontaliera di servizi messa in atto, dando ampio spazio alle imprese target ammesse al Progetto.

Partecipazione a fiere / eventi: I Partner SUCCESS proporranno una serie di candidature per partecipazioni a fiere e manifestazioni correlate alle filiere economiche prioritarie, come già realizzato con successo in altri progetti (es. Marittimotech – South Summit Madrid).

INCONTRI CON IMPRESE TARGET

Seminari locali. Organizzati a livello territoriale durante la fase di promozione, sono incontri mirati a coinvolgere stakeholder e imprese target utili a illustrare le opportunità offerte dal Progetto SUCCESS.

Incontri Face to Face. Workshop territoriali organizzati in occasione dell'avvio del Progetto, creati per organizzare il mapping delle imprese, valutare i fabbisogni di servizi e raccogliere i risultati utili alla organizzazione di un piano d'azione transfrontaliero.

Webinar. Incontri tecnici tenuti *in itinere* dal team professionale del Progetto, possono essere pianificati a livello locale e a livello transfrontaliero.

RELAZIONI CON I MEDIA E RELAZIONI ESTERNE

Finalità: ampliare la platea di destinatari dell'informazione, permettendo una più ampia conoscenza del Progetto e delle fasi di attuazione.

Diffusione: Le relazioni con i media sono da seguire in tutte le fasi del Progetto

- A inizio programmazione in occasione degli eventi di lancio,
- Nella fasi attuative per mantenere aggiornate le notizie sullo svolgimento degli eventi sul territorio
- Alla chiusura del programma

In tutte queste fasi ciascun Partner deve provvedere all'**organizzazione di comunicati e conferenze stampa**, alla **gestione delle mailing list**, invitando i media di riferimento per il territorio.

METODOLOGIA COMUNE

Ogni Partner è responsabile dell'organizzazione delle azioni locali e della condivisione con Il Partner Responsabile della Componente Comunicazione

Ciascun Partner, secondo una **arialis metodoloaica comune**, eseguirà una mappatura delle iniziative esistenti e delle opportunità di lavoro nelle filiere prioritarie. Tale arialis metodologica sarà estesa anche alle azioni di valutazione dei beneficiari del Progetto.

Le mappature regionali andranno a costituire una **mappatura transfrontaliera** da condividere tra i Partner del Progetto.

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNA

Condivisione in ambiente cloud computina. Individuare un efficace **sistema in cloud per la condivisione di dati** (es. **google drive**) che consenta a tutti i Partner di accedere a dati costantemente aggiornati: **report, analisi regionali dei servizi, strumenti e azioni di comunicazione, ecc.**

Messa in rete dei servizi a supporto delle imprese. Realizzazione della **piattaforma online** per la messa in rete dei servizi, **dei criteri di selezione e rilascio dei voucher tutoring e coaching.**

La valutazione è curata dal Partner Responsabile della Componente Comunicazione

Finalità: verificare se gli strumenti di comunicazione messi in atto e le attività svolte stanno ottenendo i risultati previsti

Modalità:

• **valutazione di medio periodo**

- Stabilire in che grado è stato raggiunto l'obiettivo di aumentare la conoscenza e la visibilità del Progetto
- Verificare l'eventualità di apportare modifiche al piano di comunicazione

• **valutazione finale**

- A conclusione del Progetto SUCCESS



SI RINGRAZIANO I PARTNER DEL PROGETTO

SUCCESS

SERVIZI UNIFICATI DI COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERE PER LA CREAZIONE D'IMPRESA
SOSTENIBILE E SICURA

PER L'ATTENZIONE DEDICATA

GRAZIE, MERCI