Via Adriano Aurofino, 25
84127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

Allegato 4
Rev. Maggio 2018

PIANO DI COMUNICAZIONE

Progetto

"GIOVANI LEADER PER LA LEGALITÀ"

"Avviso Pubblico Giovani no Profit"

(Novembre 2016 - Dicembre 2018)
Proroga al 22 Giugno 2019

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

1. INTRODUZIONE 3
Obiettivi del progetto Giovani Leader per la legalità 5
2. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE 6
Obiettivi del piano di comunicazione e disseminazione del Progetto 6
Obiettivi della Comunicazione e disseminazione dei risultati 7
Destinatari delle attività di comunicazione e disseminazione 7
I messaggi chiave del Progetto 8
3. IL PIANO DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE 8
L'immagine coordinata del Progetto 9
Il logo del Progetto e i colori 10
I templates 10
I canali e gli strumenti di comunicazione e disseminazione 10
I Materiali 11
- Brochures, opuscoli informativi, video interviste, report ricerca… 11
- Comunicati stampa 12
-Articoli 12
-Gli eventi pubblici 13

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

1. INTRODUZIONE

Il progetto ***"Giovani Leader per la legalità"***, nasce per favorire la diffusione della legalità tra i giovani attraverso l'impegno civico, i valori della partecipazione attiva, nonché attraverso la promozione della cooperazione e della promozione di attività che rafforzano la percezione dell'importanza del connubio pubblico privato nella gestione condivisa del *fare comunità*.

Si tratta di unì'iniziativa finanziata dal ***Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale - Presidenza del Consiglio dei Ministri,*** nell'ambito del Piano di Azione e Coesione "Giovani no profit" per promuovere e sostenere progetti del privato sociale nei territori delle Regioni Obiettivo Convergenza a carattere innovativo.

Il progetto ***"Giovani Leader per la legalità"*** si inserisce nell'area del *"disagio giovanile*" e della *"prevenzione del fenomeno della criminalità minorile"*, attraverso un intervento educativo, formativo ed informativo fondato sulla metodologia della "pear education", educazione tra pari.

Prevede, nello specifico, percorsi formativi/informativi rivolti agli alunni delle scuole secondarie di secondo grado (quarto anno) da parte di esperti del settore nell'ambito delle dipendenze, legalità, e devianza.

Gli alunni formati diventeranno poi *Gruppi Leader* in grado di trasferire le informazioni ricevute agli alunni del primo anno attraverso interventi formativi/informativi in aula coordinati da esperti del settore.

La metodologie didattica prevista è definita ***peer education*** in quanto l'esperienza di intervento diretto del gruppo dei pari risulta più efficace ed efficiente rispetto all'azione informativa di personale esperto adulto.

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

Il progetto ***"Giovani Leader per la Legalità"***, prevede la realizzazione di **5 MACROFASI**:

MACROFASE 1
"Gestione, coordinamento e rendicontazione"

MACROFASE 2
"Comunicazione delle attività e dei risultati del progetto"

MACROFASE 3
"Attività di monitoraggio e valutazione"

MACROFASE 4
"Organizzazione di giornate della legalità"

MACROFASE n. 5
"Giornate di confronto"

Il ***Piano di Comunicazione*** del progetto, comprende un elenco di singole azioni e di prodotti concepiti per ***informare sugli obiettivi e sui risultati intermedi e finali*** del Progetto e su ***tutti i soggetti che saranno coinvolti*** nella realizzazione delle attività. Permetterà la ***divulgazione*** dei risultati del progetto ed il **raggiungimento** di soggetti della rete nazionale ed europea dell'Ente.

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

Obiettivi del progetto "Giovani Leader per la legalità"

Obiettivi generali di seguito denominati O.G.

O.G. 1	• Diffusione della legalità tra i giovani
O.G.2	• Maggiore impegno civico
O.G.3	• maggiore attenzione da parte dei giovani al sociale
O.G.4	• Cooperazione e cittadinanza attiva
O.G.5	• Promozione di attività di coinvolgimento dei giovani

Obiettivi Specifici di progetto, di seguito denominati O.S.

O.S. 1	• interventi di Formazione Informazione
O.S.2	• interventi di peer education
O.S.3	• laboratori di creatività sulla legalità
O.S.4	• Giornate di confronto
O.S.5	• Giornate della legalità

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

2. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

La strategia di comunicazione definisce la struttura ed il contenuto dei messaggi da veicolare, a chi destinarli e quali strumenti di comunicazione utilizzare. La disseminazione dei risultati di un evento/iniziativa/progetto, implica un rapporto di lunga durata con gli stakeholders, i quali inviano a loro volta all'invio di feedback al fine di migliorare la qualità del messaggio stesso.

Il piano di comunicazione ideato, programmato e attuato per l'evento-progetto "Giovani Leader per la Legalità", ha l'obiettivo di individuare alcuni elementi fondanti:

Obiettivi del Piano di Comunicazione e disseminazione del Progetto "Giovani Leader per la legalità"

Il piano di comunicazione e disseminazione del progetto, è parte integrante di due Azioni Progettuali, rispettive ricadenti nella **MACROFASE 1** e nella **MACROFASE 2, ovvero MACROFASE 1 "GESTIONE, COORDINAMENTO E RENDICONTAZIONE"** *(Az. 1.1.3 "Progettazione del Piano di Comunicazione interno ed esterno al Progetto e attuazione dello stesso") e* **MACROFASE 2 "COMUNICAZIONE DELLE ATTIVITA' E DEI RISULTATI DEL PROGETTO" (***Az. 2.1 Attuazione del piano di comunicazione del progetto "giovani leader della legalità").*

Il piano di comunicazione intende *definire l'immagine coordinata del progetto*, individuare *i destinatari ed i messaggi chiave* e provvedere alla *segmentazione della comunicazione in relazione ai destinatari e ai contenuti dei messaggi chiave*, *individuando i media* da utilizzare. Individua, inoltre, gli stakeholders da coinvolgere nelle sotto-azioni di "lancio del progetto" e "animazione territoriale".

Il file rouge su cui si basa il nostro piano di comunicazione, è quello di disseminare le attività svolte attraverso una descrizione degli obiettivi e delle azioni in modo da raggiungere il grande pubblico giovanile e non, gli addetti ai lavori (altri operatori del sociale, il mondo delle Istituzioni e le scuole, ecc).

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

Obiettivi della Comunicazione e disseminazione dei risultati

L'obiettivo è: **" diffondere le informazioni relative ai risultati e ai prodotti che il progetto ha l'obiettivo di realizzare e che realizza in itinere"**, con lo scopo di contribuire a sensibilizzare gli stakeholders, la comunità educativa e i giovani per il raggiungimento della **"Promozione e Diffusione della Legalità e delle azioni partecipate capaci di incidere sull'interiorizzazione del concetto di Legalità prevenzione del disagio giovanile e della criminalità".**

Inoltre, il piano di comunicazione si propone di raggiungere i seguenti obiettivi specifici:

- Diffondere informazioni sia sul progetto in generale sia su attività e prodotti specifici sviluppati all'interno di esso, evidenziandone il valore aggiunto e l'innovatività.
- Aumentare la consapevolezza circa l'importanza della partecipazione attiva dei giovani per la prevenzione del disagio giovanile e della criminalità;
- Rafforzare ed ampliare il coinvolgimento e la partecipazione dei sistemi/gruppi target.
- Facilitare e rafforzare i rapporti tra i soggetti coinvolti nel progetto al fine di raggiungere i risultati previsti.
- Fornire un "brand" al progetto, ovvero un'immagine identificativa che diventi familiare e dunque facilmente ed immediatamente riconosciuta.
- Pubblicizzare il finanziamento del Dipartimento e cosa promozionare le attività in essere affini.

Destinatari delle attività di comunicazione e disseminazione

I destinatari individuati per le attività di comunicazione e disseminazione, afferiscono principalmente a dei settori di interesse specifici, quello istituzionale, pubblico specializzato, dell'opinione pubblica e dei media.

Il settore istituzionale include gli interlocutori a livello locale, regionale e nazionale, per i quali si prevede un costante aggiornamento rispetto alle fasi di realizzazione dello stesso.

Con "pubblico specializzato" si intende identificare le scuole coinvolte nel progetto e gli stakeholders che da più da vicino avanzano interessi qualificati sulle azioni di progetto, o che sono comunque in grado di valutarne gli effetti in termine di impatto.

Nel settore dell'opinione pubblica si identificano tutte quelle persone che non hanno un interesse diretto ai risultati di progetto, ma che possono comunque trarre vantaggio da esso, da un'efficace attuazione.

Infine, gli operatori dei media sono strategicamente importanti in quanto sono in grado di amplificare le comunicazioni a loro indirizzate, dando forte risonanza alle azioni di progetto.

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

In ragione dei differenti intersessi portati avanti dai gruppi target sopracitati, si realizzano divulgazioni mirate.

Tab. 1 Gruppi target per la comunicazione del progetto.

Gruppi target di riferimento	Soggetti interessati
Istituzioni	Enti LL Territoriali
	Enti Nazionali (Dipartimento, ecc,)
Pubblico specializzato	Scuole
	Esponenti del mondo accademico
	Altri soggetti del Terzo Settore
Opinione pubblica	Cittadinanza
	Giovani in generale
Operatori dei media	Giornali
	Social Media

I messaggi chiave del Progetto

Allo scopo di rendere efficace la comunicazione, si ritiene che i messaggi chiave debbano essere scelti e trasmessi tenendo in considerazione alcuni fattori determinanti, tra cui l'identificazione dei bisogni comunicativi di chi li riceverà. Si tiene conto di *"chi riceverà il messaggio (individuo/organizzazione)", "cosa hanno bisogno di sapere riguardo al progetto"*, e in *"che modo il messaggio può essere inviato in modo chiaro e coinciso?".*

Questo, permette di far si che il messaggio costruito *"Comunichi ed informi"* e oltre che esser recepito per produrre gli effetti desiderati. Si i opererà, nell'attuazione di un piano di comunicazione, capace di produrre il giusto messaggio per il giusto ricevente.

Altro aspetto importante, è creare aspettative realistiche, in fase di lancio del progetto, rispetto ai risultati attesi, nonché gestire poi tali aspettative lungo tutto il corso progettuale, anche con messaggi ripetuti, così da mantenere alta l'attenzione del pubblico di riferimento.

I messaggi chiave da inviare e promuovere sono:

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

3. IL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il piano di comunicazione come di seguito si articolerà:

STEP	AZIONI	MODALITA' DI ESECUZIONE	TEMPI DI ATTUAZIONE
Progettazione del PdC	Progettazione PdC	- Presentazione della bozza di PdC; - Eventuali modifiche e presentazione versione definitiva del PdC; - Presentazione definitiva del PdC. Attraverso Incontri, riunioni periodiche con lo staff di coordinamento e di supervisione del Progetto.	Intera durata del progetto
Realizzazione PdC	- Coordinamento delle azioni e degli attori previsti nella strategia del PdC.	Incontri con il responsabile di progettazione del PdC, con il coordinatore del progetto, con il responsabile delle attività educative e dell'area grafica.	Intera durata del progetto
	-Predisposizione grafica immagine del progetto (logo- templates).		
	-Progettazione e sviluppo area dedicata sito web e supporto alla gestione tecnica.		
	-Progettazione e stampa brochures, opuscoli informativi.		
	-Predisposizione dei comunicati stampa intermedi.		

L'immagine coordinata del Progetto

Obiettivo specifico: identificare il progetto in maniera chiara, immediata e fortemente comunicativa

Target specifici: tutti

Descrizione: l'elaborazione di un'immagine coordinata del progetto è funzionale alla percezione di una identità complessiva delle azioni facenti parte dell'iniziativa. Si ritiene, infatti, che questo possa facilitare, al pubblico, la riconoscibilità di tutti i documenti, i prodotti e i servizi afferenti al progetto, comunicando perciò anche il senso dell'efficacia delle azioni poste in essere.

Fanno parte dell'immagine coordinata gli elementi che rappresentano il progetto in modo consistente: logo (ideato attraverso l'e attività laboratori ali con i giovani), colori, templates, fotografie, elementi grafici in generale. Tutti gli elementi prodotti ed elaborati nel corso del progetto sono utilizzabili; tutto il materiale creato sarà, comunque, accessibile sulla piattaforma web (sito, giornale online, social media, ecc).

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

Il logo del Progetto e i colori

Il logo del progetto (riportato nel frontespizio del PdC) rappresenta il risultato finale degli elaborati realizzati dai “giovani leader”, nell’ambito del “Laboratorio creativo di fumetto”.

L’immagine riflessa dell’esperienza formativa informativa, quale strumento di imprinting e di modifica della percezione di sé nella risoluzione della devianza, del disagio e della prevenzione di atti criminali (a volte “irriconosciuti” in quanto tali nella percezione del senso comune tra i giovani).

La nostra immagine costituirà un’identità facilmente riconoscibile e consentirà ai destinatari dell'azione informativa di collegare facilmente la singola iniziativa al piano organico d'intervento.

Tutte le azioni di comunicazione del progetto saranno così facilmente identificabili dall’insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo.

I templates

Nell’intestazione dei templates sono visibili il logo del progetto, i dati del Progetto e dell’Ente, nonché quanto richiesto dal Dipartimento Presidenza del Consiglio dei Ministri.

Lo stesso template viene utilizzato sia per il formato Power Point delle slide che per il formato Word dei documenti, così che possano essere univocamente riferiti al progetto.

Il formato Power Point verrà utilizzato per tutte le presentazioni che avranno per oggetto il progetto o qualche sua parte, sia nella comunicazione interna, che in quella esterna o con il pubblico degli eventi messi in programma (conferenze, seminari e workshops).

Il formato Word sarà utilizzato per tutti i documenti di progetto e le comunicazioni scritte, sia interne che esterne, come lettere, report ecc.

I canali e gli strumenti di comunicazione e disseminazione

Per poter raggiungere gli obiettivi del presente Piano di Comunicazione, sono stati presi in considerazione i seguenti canali di comunicazione e disseminazione:

- Comunicati stampa per i media locali e nazionali
- Materiale promozionale (brochure, cartelle, presentazioni, articoli)
- Sito web dell'Ente con sezioni dedicate
- Social media
- Eventi (conferenze,eventi formativi- informativi, giornate della legalità, ecc).

Si ritiene, infatti, che strumenti comunicativi diversi siano in grado di raggiungere target di pubblico differenti. In particolare, i mezzi di comunicazione di massa sono indicati per comunicare con il grande pubblico e utili per comunicare i messaggi impliciti. I prodotti stampati ed editoriali sono utili a fornire informazioni dettagliate per comunicare più efficacemente con i potenziali beneficiari indiretti e con i destinatari degli interventi; gli strumenti multimediali e interattivi, sono molto utili a veicolare informazioni puntuali principalmente ai potenziali beneficiari finali; gli strumenti di comunicazione diretta (Eventi) servono a presentare i risultati delle attività a fasce di pubblico diverse e ad altre istituzioni.

Il Servizio di Comunicazione dell'ONMIC, dedicato al progetto, si occuperà di redigere i comunicati ed i contenuti specifici degli strumenti individuati dal PdC durante la fase di attuazione del progetto in stretto raccordo con lo staff di progetto, che forniranno gli elementi di riferimento in funzione di quanto deve essere comunicato all'esterno.

In aggiunta, per la diffusione di comunicati stampa, eventi si provvederà ad utilizzare il sito istituzionale dell'Ente con un'ampia sezione dedicata all'iniziativa e agli appuntamenti da promuovere, nonché i social media, che sono in grado di raggiungere un vasto pubblico oltre che un pubblico specializzato.

I Materiali

I materiali che si prevede di produrre durante l'attuazione del progetto sono:

- Brochures, opuscoli informativi, video interviste, report di ricerca
- Comunicati stampa

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

- Articoli su stampa
- Articoli sul web

Ciascun materiale verrà illustrato nello specifico di seguito.

-Brochures, opuscoli informativi, video interviste, report di ricerca

Obiettivo specifico: fornire una presentazione del progetto in maniera chiara, sintetica e facilmente comprensibile.

Target specifici: tutti.

Descrizione: il materiale informativo prodotto, relativo alla diffusione del progetto e dei suio risultati, ha l'obiettivo di comunicare in maniera chiara e sintetica quali sono le caratteristiche principali e gli obiettivi del progetto. Se ne prevede la stampa e la divulgazione.

-Comunicati stampa

Obiettivo specifico: diffondere a livello locale informazioni sul progetto, al fine di rafforzare la partecipazione allo stesso e sensibilizzare i diversi soggetti coinvolti e il grande pubblico in merito al progetto.

Target specifici: operatori dei media e pubblico in generale.

Descrizione: si prevede la redazione di comunicati stampa in coincidenza con la realizzazione delle azioni di maggior valore del progetto ed in occasione degli eventi pubblici previsti, al fine di aumentare la visibilità degli outputs di progetto.

I comunicati dovranno inoltre fornire informazioni precise rispetto a:

- Chi ha realizzato l'evento o chi ha detto cosa
- Cosa è stato detto o cosa è stato fatto
- Dove si è realizzato/si realizzerà l'evento
- Quando è stato realizzato/si realizzerà l'evento
- Perché è stato realizzato/si realizzerà l'evento
- Come si è svolto/si svolgerà l'evento.

- Articoli

Obiettivo specifico: diffondere informazioni sul progetto, sia a livello locale che nazionale, al fine di diffondere i risultati raggiunti nel corso dell'attuazione del progetto.

Target specifici: operatori dei media, tutti.

Descrizione: si prevede la redazione di articoli sulla stampa locale, articoli sulla stampa nazionale.

Infine, si precisa che tutti gli articoli prodotti saranno pubblicati non solo sul sito web ma anche sui siti web della stampa locale per aumentare la diffusione on line.

Via Adriano Aurofino, 25
4127- Salerno
www.onmic.it
info@onmic.it

-Gli eventi pubblici

Gli eventi pubblici programmati hanno lo scopo di disseminare i risultati del progetto, ma anche di condividere esperienze e buone pratiche e di coinvolgere gli stakeholders del progetto.

Per questo motivo si è previsto di realizzare 2 conferenze una di apertura e una chiusura del progetto, giornate della legalità e di confronto, condotte con metodi partecipativi, allo scopo di condividere obiettivi, esperienze e strategie di sviluppo con chi rappresenta interessi significativi sul territorio di riferimento.