



Sfide comuni, obiettivi condivisi



Piano di Comunicazione



Sebastiano DIAMANTE
Esperto Comunicazione

Aprile 2015





Piano di Comunicazione

Breve descrizione del progetto e obiettivi da raggiungere

La strategia alla base della campagna di sensibilizzazione e comunicazione punta, da un lato, a fornire garanzia di massima trasparenza nell'uso delle risorse pubbliche, dall'altro, nell'ambito del coinvolgimento delle istituzioni e degli operatori socio economici, ad assicurare l'uso efficace delle risorse finanziarie. L'obiettivo della campagna di comunicazione è garantire la copertura mediatica per diffondere informazioni sul progetto HILFTRAD - Italia Tunisia formato dal partenariato tra CoRFILaC (Consorzio ricerca sulla filiera lattiero casearia, in qualità di capofila), GalEloro, (Gruppo di azione locale Eloro), INAT (Institut National Agronomique de Tunisie), DGPA (Direction générale de la production agricole) e GDA (Groupment de Développement agricole de Béja). Il progetto, invece, mira a creare una rete di conoscenze tra il mondo della ricerca e gli attori del settore lattiero – caseario, al fine di ottenere uno scambio reciproco di competenze e tecnologie nell'area transfrontaliera interessata nel Programma IEMP Italia-Tunisia. In maniera particolare, si punterà a fare emergere le attività svolte dai gruppi di lavoro, sia in Italia che in Tunisia, impegnati nello studio e nella produzione dei formaggi tradizionali tunisini, in maniera particolare il "Sicilien de Béja.". Tutta l'attività di comunicazione rispetterà le linee guida stabilite dal Piano di Comunicazione generale del programma. La comunicazione sarà differenziata tra interna ed esterna. Grazie alle attività di comunicazione interna si verificherà il raggiungimento degli obiettivi e le strategie utilizzate, anche attraverso rapporti di valutazione periodici, ad esempio, attraverso il portale dedicato al progetto e anche ai social network come Facebook (www.facebook.com/hilftrad); Twitter ([twitter@hilftrad](https://twitter.com/hilftrad)); l'attività di comunicazione esterna prevede la diffusione dei risultati del progetto tra le autorità tunisine e gli operatori del settore.

Comunicazione



Le attività di comunicazione e di diffusione hanno l'obiettivo generale di informare, sensibilizzare e rendere partecipe in tutte le attività allevatori, produttori, tecnici del settore e consumatori.

➤ Obiettivi specifici del Piano di Comunicazione sono:

- sensibilizzare e mobilitare tutti gli attori della filiera lattiero - casearia;
- far riflettere sulle potenzialità locali di sviluppo attraverso la caratterizzazione e valorizzazione delle produzioni lattiero – casearie locali.
- incoraggiare i produttori e i tecnici a sostenere l'iniziativa;
- integrazione socio – economica delle donne e dei giovani attraverso seminari e laboratori;
- promuovere azioni di sviluppo inclusive che valorizzino il patrimonio locale e l'ambiente;
- Far emergere il legame tra le due comunità, siciliana e nordafricana, e le diversità culturali.

➤ Destinatari delle azioni di comunicazione

Nello specifico, le attività di informazione e di diffusione saranno indirizzati alle seguenti principali categorie:

- potenziali beneficiari: allevatori e produttori di formaggio, tecnici del settore lattiero – caseario, consumatori;
- le autorità regionali e locali e le altre autorità pubbliche italiane e tunisine;
- organizzazioni professionali e gli ambienti economici di filiera lattiero – casearia;
- associazioni senza scopo di lucro e network scientifico (es. IDF, WwTca, Anfosc, etc..)
- gli utenti consumatori e il pubblico in generale.

I destinatari delle azioni di comunicazione in relazione al raggiungimento degli obiettivi sono:



✚ Enti Locali – Italia

- Città di Ragusa, Vittoria, Modica, Palazzolo Acreide, Canicattini Bagni, Siracusa;
- Liberi consorzi di comuni di Ragusa e Siracusa (ex province);
- Assessorato Agricoltura Regione Sicilia;

✚ Enti locali – Tunisia

- Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche
- Direction Générale de la Production Agricole
- Direction Générale des Services Vétérinaires
- Commisariat Régional de Développement Agricole de BEJA
- Agence de Promotion des Investissement Agricoles
- Agence de la Vulgarisation et de la Formation Agricole
- Institut National des Recherches Agricole de Tunisie
- Institut National Agronomique de Tunisie (INAT)

- Office de l'Elevage et des Paturages
- Office de Développement sylvo pastoraldu nord ouest
- Groupement Interprofessionnel des Viandes Rouges et du Lait
- Bureau de Contrôle des Unités de Production Agricole
- Institut National de Recherche et d'Analyses Physico-chimique
- Institut Nationale de la Normalisation et de la Propriété Industriel
- Ecole Supérieure des Industries Alimentaires de Tunis
- Laboratoire Central d'Analyse des Aliments de Bétail
- Ministère du Commerce et de l'artisanat
- Ministère de l'Industrie de l'énergie et des mines
- Pole de compétitivité de Bizerte

✚ Istituzioni - Italia

- Istituti superiori agrari e alberghieri della province di



- Siracusa e Ragusa e istituzioni scolastiche di Béja
- Consorzio per la tutela del formaggio Ragusano DOP , Pecorino Siciliano DOP, Piacentinu Ennese DOP e Vastedda Valle del Belice DOP;
- ✚ Istituzioni – Tunisia
 - Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche
 - Syndicat National des agriculteurs
 - Union Tunisien de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat
 - Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie (CONNECT)
 - Centre de promotion des exportations (CEPEX)
- ✚ Media Locali e Testate giornalistiche generaliste - Italia
 - Video Mediterraneo
 - Video Regione
 - Fm Italia
 - Rai Sicilia
 - Repubblica Palermo
 - Giornale di Sicilia edizione Siracusa e Ragusa
- La Sicilia edizione Siracusa e Ragusa
- Gazzetta del Sud
- Quotidiano di Sicilia
- Gazzettino del Sudest
- Corriere Elorino
- FreeTime
- Media di Béja
- ✚ Media Locali e Testate giornalistiche generaliste – Tunisia
 - Nessma TV
 - Hannibal TV
 - Watanya 1 et 2
 - RADIO
 - Radio Tunsienne
 - Radio Tunis Chaine Intrenational
 - Shems Fm
 - Mosaique Fm
 - Expresse Fm
 - JOURNAUX
 - La Presse
 - Le Temps
 - Alchourouk + Dar El Anwar
- ✓ Stampa specializzata - Italia
 - www.mondodelgusto.it/ragusa
 - www.geapress.com
 - www.africaemediterraneo.it



- www.ilgiornaledelcibo.it
- www.formaggio.it
- ww.qualeformaggio.it
- www.sceltedigusto.it
- ✓ Siti web
 - ✓ palermo.repubblica.it
 - ✓ www.livesicilia.it
 - ✓ www.ansamed.it
 - ✓ www.ragusaoggi.it
 - ✓ www.reteibla.it
- ✓ www.vittoriaweb.com
- ✓ www.ragusatg.it
- ✓ www.ragusah24.it
- ✓ www.siracusanews.it
- ✓ www.siracusaoggi.it
- ✓ www.ragusanews.com
- ✓ www.giornaledisiracusa.com
- ✓ ww.aifb.it
- ✓ Stampa estera
- ✓ Altri Stakeholders

Requisiti di pubblicità comuni a tutte le iniziative cofinanziate

Il piano di comunicazione garantisce il rispetto delle disposizioni dei regolamenti comunitari vigenti e delle disposizioni specifiche dell'autorità competente per l'informazione e la pubblicità sugli interventi dei Fondi strutturali. In particolare, ci si atterrà, per ciascuna delle azioni intraprese, ai seguenti requisiti di pubblicità:

- Il rispetto dell'esistente Piano di comunicazione generale e di tutti i requisiti previsti;
- Nel materiale promozionale, siti web, materiale audiovisivo, manifesti, brochure, o qualsiasi altra cosa verrà distribuita, con la collaborazione di tutto il partenariato, saranno ben visibili i loghi di riferimento previsti.

Le strategie di comunicazione verranno basate sulle seguenti direttrici:

- ✓ Qualità dei prodotti locali – certificazione DOP
- ✓ Attuazione e valorizzazione del progetto.
- ✓ Economia come portatrice di valori territoriali.



Strumenti di comunicazione utilizzati:

- + Incontri tematici (contatti diretti con opinion leader, allevatori, produttori, consumatori, tecnici del settore, ecc.)
- + Sito ufficiale (aggiornamenti e notizie) ;
- + Comunicati stampa (15) e newsletter;
- + Brochure (1.200), volantini;
- + Conferenze ed Eventi ;
- + Pubblicazione finale del progetto (800 copie);
- + Televisione (servizi dedicati e spazi pubblicitari);
- + I social network "Facebook" - "Twitter" – "Youtube";
- + Campagne food blogger;
- + Expo 2015 Milano (National day Tunisia previsto il 27 maggio 2015: prevedere seminario e/o degustazione assieme all'UTAP, Unione tunisina agricoltura e pesca);
- + Campagna di diffusione dei risultati.
- + Televisione: si possono coinvolgere le emittenti televisive locali per la realizzazione di attività di comunicazione istituzionali, per eventi, risultati, ecc..
Nello specifico, si potrebbe puntare al programma "Verde Mediterraneo", che va in onda sull'emittente "Video Mediterraneo".
- + Facebook e altri social network: l'apertura di una pagina Facebook (o Twitter, etc.), come un vero e trasversale mezzo di interazione per tutte le attività del progetto.
Gli account conterranno informazioni su tutte le attività svolte e i riferimenti. I visitatori delle pagine interattive dedicate al progetto saranno in grado di condividere video, foto, tag esterni, nonché prevedere recensioni e opinioni. Attraverso questo strumento può anche essere facilmente eseguita un'indagine o un'analisi delle statistiche relative a impressioni, clic, informazioni demografiche sui visitatori.



Défis communs, objectifs partagés



Plan de Communication



Sebastiano DIAMANTE
Expert Communication

Avril 2015





Plan de communication

Brève description du projet et les objectifs à atteindre

La stratégie qui réside à la base de la campagne de sensibilisation et de communication vise, d'une part, à fournir une garantie de transparence maximale dans l'utilisation des ressources publiques, d'autre part, dans le cadre de l'implication des institutions et des opérateurs socio-économiques, d'assurer l'utilisation efficace des ressources financières. L'objectif de la campagne de communication est d'assurer une couverture médiatique pour diffuser des informations sur le projet HI.L.F.TRAD - Italie Tunisie, formé du partenariat entre le CoRFiLaC (Consortium de recherche sur la filière laitière-fromagère, en tant que chef de file), le GalEloro, (Groupe d'Action Locale Eloro), l'INAT (Institut National Agronomique de Tunisie), la DGPA (Direction Générale de la Production Agricole) et le GDA (Groupement de Développement Agricole de Béja). Cependant, le projet vise à créer un réseau de connaissances entre le monde de la recherche et les acteurs du secteur laitier - fromager, afin d'obtenir un échange mutuel de compétences et de technologies dans la zone transfrontalière couverte par le Programme I EVP Italie-Tunisie. De façon particulière, on cherchera à mettre en évidence les activités menées par les groupes de travail, à la fois en Italie et en Tunisie, engagés dans l'étude et la production des fromages traditionnels tunisiens, d'une manière particulière le "Sicilien de Béja." Toute l'activité de communication sera conforme aux lignes directrices établies par le Plan de Communication général du Programme. La communication sera différenciée entre interne et externe. Grâce aux activités de communication interne on va vérifier l'achèvement des objectifs et des stratégies utilisées, même à travers des rapports périodiques d'évaluation, par exemple, à travers le portail Web dédié au projet et aussi aux réseaux sociaux comme Facebook (www.facebook.com/hilftrad); Twitter ([twitter@hilftrad](https://twitter.com/hilftrad)). Les activités de communication externe prévoit la diffusion des résultats du projet entre les autorités tunisiennes et les opérateurs du secteur.



Communication

Les activités de communication et de vulgarisation ont l'objectif général d'informer, sensibiliser et d'impliquer les éleveurs, les producteurs, les techniciens du secteur et les consommateurs à participer à toutes les activités.

- Les objectifs spécifiques du plan de Communication sont les suivants:
 - sensibiliser et mobiliser tous les acteurs de la filière laitière – fromagère;
 - réfléchir sur les potentialités locales de développement à travers la caractérisation et à la valorisation des produits laitiers-fromagers locaux;
 - encourager les producteurs et les techniciens pour soutenir l'initiative;
 - l'intégration socio - économique des femmes et des jeunes à travers des séminaires et des ateliers;
 - promouvoir des actions de développement inclusives qui valorisent le patrimoine local et l'environnement;
 - mettre en évidence le lien entre les deux communautés, sicilienne et nord-africaine, et les diversités culturelles.

- Les bénéficiaires des actions de communication

En particulier, les activités d'information et de vulgarisation seront orientés vers les principales catégories suivantes:

- bénéficiaires potentiels: les éleveurs et les producteurs de fromage, les techniciens du secteur laitier-fromager et les consommateurs;
- les autorités régionales et locales et d'autres autorités publiques italiennes et tunisiennes;
- les organisations professionnelles et les milieux économiques de la filière laitière-fromagère;



- association, à but non lucratif et le réseau scientifique (exp. IDF, WwTca, ANFOSC, etc...)
- les consommateurs et le grand public.

Les bénéficiaires des actions de communication en relation avec la réalisation des objectifs sont les suivants:

+ Autorités Locales - Italia:

- Municipalités de Raguse, de Vittoria, de Modica, de Palazzolo Acreide, de Canicattini Bagni, de Syracuse;
- Libres Consortiums de Municipalités de Raguse et Syracuse (ex- provinces);
- Département de l'Agriculture de la Région Sicilienne;

+ Autorités Locales - Tunisie:

- Ministère de l'Agriculture, des Ressources Hydrauliques et de la Pêche
- Direction Générale de la Production Agricole
- Direction Générale des Services Vétérinaires
- Commisariat Régional de Développement Agricole de BEJA
- Agence de Promotion des Investissement Agricoles

- Agence de la Vulgarisation et de la Formation Agricole
- Institut National des Recherches Agricole de Tunisie
- Institut National Agronomique de Tunisie (INAT)
- Office de l'Elevage et des Paturages
- Office de Développement sylvo pastoral du nord ouest
- Groupement Interprofessionnel des Viandes Rouges et du Lait
- Bureau de Contrôle des Unités de Production Agricole
- Institut National de Recherche et d'Analyses Physico-chimique
- Institut Nationale de la Normalisation et de la Propriété Industriel



- Ecole Supérieure des Industries Alimentaires de Tunis
- Laboratoire Central d'Analyse des Aliments de Bétail
- Ministère du Commerce et de l'artisanat
- Ministère de l'Industrie de l'énergie et des mines
- Pole de compétitivité de Bizerte
- Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche
- Syndicat National des agriculteurs
- Union Tunisien de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat
- Confédération des Entreprises Citoyennes de Tunisie (CONNECT)
- Centre de promotion des exportations (CEPEX)

✚ Institutions - Italia

- Les écoles supérieures agricoles et hôtelières dans les provinces de Syracuse et Raguse, et les établissements d'enseignement de Béja
- Le Consortium pour la protection du fromage *Ragusano AOP, Pecorino Siciliano AOP, Piacentinu Ennese AOP et Vastedda Valle del Belice AOP*;

✚ Les médias locaux et les journaux généralistes - Italia

- Video Mediterraneo
- Video Regione
- Fm Italia
- Rai Sicilia
- Repubblica édition Palerme
- Giornale di Sicilia édition Syracuse et Raguse
- La Sicilia édition Syracuse et Raguse
- Gazzetta del Sud
- Quotidiano di Sicilia
- Gazzettino del Sudest
- Corriere Elorino

✚ Institutions - Tunisie



- FreeTime
- ✚ Les médias locaux et les journaux généralistes – Tunisie
 - Nessma TV
 - Hannibal TV
 - Watanya 1 et 2
 - RADIO
 - Radio Tunsienne
 - Radio Tunis Chaîne Intrenational
 - Shems Fm
 - Mosaique Fm
 - Expresse Fm
 - JOURNAUX
 - La Presse
 - Le Temps
 - Alchourouk + Dar El Anwar
- www.geapress.com
- www.africaemediterraneo.it
- www.ilgiornaledelcibo.it
- www.formaggio.it
- ww.qualeformaggio.it
- www.scltedigusto.it
- ✚ Sites Web
 - ✓ palermo.repubblica.it
 - ✓ www.livesicilia.it
 - ✓ www.ansamed.it
 - ✓ www.ragusaoggi.it
 - ✓ www.reteibla.it
 - ✓ www.vittoriaweb.com
 - ✓ www.ragusatg.it
 - ✓ www.ragusah24.it
 - ✓ www.siracusanews.it
 - ✓ www.siracusaoggi.it
 - ✓ www.ragusanews.com
 - ✓ www.giornaledisiracusa.com
 - ✓ ww.aifb.it
 - ✓ La presse étrangère
 - ✓ D'autres stakeholder
- ✚ Presse spécialisée - Italia
 - www.mondodelgusto.it/ragusa

Les critères de publicité communes à toutes les initiatives cofinancées

Le plan de communication garanti la conformité des dispositions des réglementations communautaires en vigueur et des dispositions spécifiques de l'autorité compétente pour



l'information et la publicité relatives aux interventions des Fonds structurels. En particulier, nous respecterons, pour chacune des actions prises, les critères de publicité suivantes:

- Le respect du Plan de communication général actuel et de tous les critères prévus;
- Dans le matériel promotionnel, sites Web, matériel audiovisuel, affiches, brochures, ou tout autre type de chose sera distribuée, avec la collaboration de l'ensemble du partenariat, ils seront clairement visibles les logos de référence prévus.

Les stratégies de communication seront basés sur les lignes directrices suivantes:

- ✓ Qualité des produits locaux – certification AOP
- ✓ Valorisation et mise en œuvre du projet.
- ✓ L'économie comme porteuse de valeurs territoriales.

Les outils de communication utilisés:

- + Réunions thématiques (contacts directs avec les *opinion leader*, les éleveurs, les producteurs, les consommateurs, les techniciens du secteur, etc.)
- + Site officiel (de nouvelles et mises à jour);
- + Communiqués de presse (15) et newsletter;
- + Brochures (1.200), dépliants;
- + Conférences et Evénements;
- + Publication finale du projet (800 exemplaires);
- + Télévision (services dédiés et espaces publicitaires);
- + Les réseaux sociaux "Facebook" - "Twitter" - "Youtube";
- + Campagnes *food blogger*;
- + Expo 2015 à Milan (*National day* Tunisie prévue le 27 mai 2015: prévoir le séminaire et / ou la dégustation avec l'UTAP, l'Union Tunisienne de l'Agriculture et de la Pêche);
- + Campagne de diffusion des résultats.



- ✚ Télévision: On pourra impliquer des stations télévisées locales pour la réalisations des activités de communication institutionnelle, pour les événements, les résultats, etc...

En particulier, on pourrait viser sur le programme « Verde Mediterraneo », qui sera diffusé sur la chaine « Video Mediterraneo ».

- ✚ Facebook et d'autres réseaux sociaux: l'ouverture d'une page Facebook (ou Twitter, etc.), comme un véritable moyen transversal d'interaction pour toutes les activités du projet. Les *account* contiendront des informations sur toutes les activités menées et les références. Les visiteurs des pages interactives consacrées au projet seront en mesure de partager des vidéos, des photos, des *tag* externes et de prévoir des avis et opinions. Grâce à cet outil, on pourra aussi effectuer facilement une enquête ou une analyse des statistiques sur les impressions, les *clics*, les informations démographiques sur les visiteurs.