



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO "IL TEATRO E' INUTILE: AUTOIMPREDITORIALITA' SOCIALE E DIALOGO DELLE DIVERSITA' (COSTRUIAMO UN CENTRO TEATRO EDUCAZIONE)"

(LUGLIO 2015)

A CURA DI:

DUE LUNE TEATRO TENDA - GIOVANNI PROBO



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

INDICE

1. INTRODUZIONE.....	3
1.1. Obiettivi del progetto.....	3
2. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE	4
2.1. Obiettivi del piano di comunicazione e disseminazione del Progetto.....	4
2.1.1. Obiettivi della Comunicazione e disseminazione dei risultati	4
2.2. Destinatari delle attività di comunicazione e disseminazione.....	5
2.3. I messaggi chiave del Progetto	6
3. IL PIANO DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE	7
3.1. I ruoli	7
3.2. L'immagine coordinata del Progetto	11
3.2.1. Il logo del Progetto e i colori	11
3.2.2. I templates ed il carattere tipografico	11
3.3. I canali e gli strumenti di comunicazione e disseminazione	12
3.3.1. Il sito web del Progetto	12
3.3.2. I Materiali	13
3.3.2.1 Brochure	13
3.3.2.2 Comunicati stampa	14
3.3.2.3 Articoli	15
3.3.3. Gli eventi pubblici	15
3.3.3.1. Non-Conferenze	15
4. I METODI DI VERIFICA E DI MISURAZIONE DEI RISULTATI RAGGIUNTI ..	16
5. LA RETE CON GLI ALTRI PROGETTI SUL TERRITORIO E CON I PARTNER/ COLLABORATORI	19



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

1. Introduzione

Il progetto "Il Teatro è inutile. Autoimprenditorialità Sociale e Dialogo delle Diversità. (Costruiamo un Centro Teatro Educazione)* (da qui in avanti chiamato progetto e/o Il Teatro è inutile), è un'iniziativa finanziata dal "Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale" nell'ambito del programma "Giovani del Non-Profit per lo Sviluppo del Mezzogiorno - Giovani per il Sociale";

Il progetto prevede la realizzazione di tre tipologie di **azioni principali** riportate di seguito:

1. *Azione preparatoria, monitoraggio ex ante, start-up, attività, incontri, report*
2. *Comunicazione, sensibilizzazione e disseminazione*
3. *Monitoraggio e gestione del progetto*

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 tutti i soggetti che saranno coinvolti nella realizzazione delle attività, divulgare i risultati del progetto e raggiungere i soggetti delle reti locali e nazionali per costruire partecipazione e consenso intorno ad esso.

1.1 Obiettivi del progetto

Il progetto si pone l'obiettivo di intervenire nel contesto territoriale della Città di Tricase e indirettamente dell'intero Capo di Leuca, al fine di migliorare il welfare cittadino attraverso forme di intervento mirate, sviluppando il processo in un laboratorio dove viene incoraggiata la ricerca personale. Alla base della metodologia utilizzata nel laboratorio vi sono comportamenti che favoriscono questa ricerca: evitare l'assunzione di atteggiamenti standard, far scoprire al singolo le sue capacità, astenersi dall'esprimere valutazioni, accogliere ogni punto di vista, valorizzare tutti i linguaggi, modificare la tendenza alla passività, evitare ogni processo imitativo.. Un intervento che restituisca equilibrio alle diverse componenti dell'insegnamento - istruzione, formazione e educazione - in modo da consentire di limitare il fenomeno della dispersione scolastica. I ragazzi che sperimentano ripetute bocciature o che rinunciano precocemente ad un percorso formativo vedono fundamentalmente confermata un'immagine di sé caratterizzata da incapacità e non competenza, immagine che può essere progressivamente rivista a partire dalla sperimentazione di successi. Creare condizioni che favoriscano la rimotivazione all'apprendimento e il successo scolastico significa pertanto agire al fine di favorire esperienze positive e la sperimentazione di successi, accrescere l'autostima, incrementare le competenze relazionali, favorire lo sviluppo dell'intelligenza emotiva (intesa come capacità di apprendere e agire nella realtà a partire dalle proprie specificità), lo sviluppo



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

delle capacità creative, espressive, ricettive e di comunicazione della persona in relazione a se stessa e agli altri. Promuovere la facilitazione dei rapporti di socializzazione e integrazione delle fasce sociali giovanili più svantaggiate, soprattutto tramite la formazione di gruppi di lavoro per target d'interesse, età ed esigenze come sistema di crescita culturale tramite attività volte a valorizzare le risorse della comunità al fine di diventare bene di scambio interculturale.

2. Strategia di comunicazione e disseminazione

La strategia di comunicazione definisce la struttura ed il contenuto dei messaggi da veicolare, a quali segmenti di popolazione sia più utile inviarli e quali siano i mezzi migliori per poterlo fare. La disseminazione dei risultati implica un rapporto di lungo periodo con gli stakeholders, i quali provvederanno a fornire feedback in itinere al fine di migliorare il messaggio. Il piano di comunicazione avrà dunque lo scopo di individuare alcuni fattori chiave:

- ✚ COSA: definire cosa comunicare, i messaggi e i prodotti
- ✚ A CHI: identificare i target group per la disseminazione
- ✚ PERCHÉ: definire gli scopi della disseminazione
- ✚ COME: definire il metodo della disseminazione
- ✚ QUANDO: definire i momenti più opportuni per il raggiungimento degli obiettivi di disseminazione

2.1 Obiettivi del piano di comunicazione e disseminazione del Progetto Il piano di comunicazione e disseminazione del progetto, è uno dei prodotti dell'azione "Comunicazione e Disseminazione" (Macrofase 2) ed in particolare della sotto-azione "Piano di comunicazione e materiale di disseminazione" (2.1).

Il piano di comunicazione definisce l'immagine coordinata del progetto, individua i destinatari e i messaggi chiave e provvede alla segmentazione della comunicazione in relazione ai destinatari e ai contenuti dei messaggi chiave, individuando i media da utilizzare. Il piano di comunicazione individua, inoltre, gli stakeholders da coinvolgere nelle seguenti sotto-azioni: lancio del progetto e animazione territoriale. Lo scopo è quello di disseminare l'attività svolta attraverso una descrizione degli obiettivi e delle azioni tale che possa raggiungere il grande pubblico e non solo gli addetti ai lavori.

2.1.1. Obiettivi della comunicazione e disseminazione dei risultati

L'obiettivo principale dell'attività di comunicazione e disseminazione del progetto è diffondere le informazioni relative ai risultati e ai prodotti che il progetto ha l'obiettivo di realizzare. Lo scopo è quindi quello di contribuire a sensibilizzare gli stakeholders e la società sull'importanza

4

PROGETTO: IL TEATRO È INUTILE - GIOVANI PER IL SOCIALE

Associazione di Promozione Sociale DueLune TeatroTenda • via G.B. Vico, 2 • 73039 Tricase(Le) • ITALY
tel.+39 3281569326 • e-mail:dueluneteatrotenda@gmail.com • teatrotendaduelune.blogspot.com • C.f 90032020753



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

degli interventi, per il raggiungimento degli obiettivi, anche in tema di sostenibilità, nel territorio target: Città di Tricase e nell'intero territorio coinvolto: Capo di Leuca;

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

- ✚ 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 riduzione della dispersione scolastica
- ✚ Rafforzare ed ampliare il coinvolgimento e la partecipazione dei sistemi/gruppi target
- ✚ Facilitare e rafforzare i rapporti tra i partners del 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
- ✚ Rafforzare la collaborazione fra Enti Pubblici e Privato Sociale attraverso l'esperienza del presente progetto
- ✚ Pubblicizzare il finanziamento del Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale e cosa esso sta facendo per lo sviluppo dei territori e dei cittadini

2.2. Destinatari delle attività di comunicazione e disseminazione

I destinatari individuati per le attività di comunicazione e disseminazione, afferiscono principalmente a quattro macro settori di interesse, quello istituzionale, dei fruitori diretti, dell'opinione pubblica, dei media classici e social media. Il settore istituzionale include gli interlocutori a livello locale e nazionale del progetto, i quali necessitano di un costante aggiornamento rispetto alle fasi di realizzazione dello stesso. In particolare, Il dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile nazionale necessita di comunicazioni che siano in grado di render conto del positivo investimento effettuato nel finanziamento del progetto. Con "fruitori diretti" si intende identificare i soggetti che beneficeranno delle azioni di progetto, ma anche gli stakeholders che da più da vicino sono interessati dalle azioni di progetto, o che sono comunque in grado di valutarne gli effetti.

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 in termini di qualità di vita, nonché di prestigio della propria città, da un'efficace attuazione di progetto. Infine, i media e i nuovi social media sono strategicamente importanti in quanto sono



in grado di amplificare le comunicazioni a loro indirizzate, dando forte risonanza alle azioni di progetto. In ragione dei differenti interessi portati dai quattro gruppi target di riferimento, si intendono realizzare attività di divulgazione mirate.

Tab.1 Gruppi target di riferimento per la comunicazione

Gruppi target di riferimento	Soggetti interessati
Istituzioni	Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale
	Città di Tricase
	Assessorato ai Servizi Sociali-Tricase
Fruitori diretti/Stakeholder	Partner di progetto (istituti Scolastici)
	Esponenti del mondo accademico
	Soggetti destinatari dell'intervento
	Associazioni di Promozione Sociale
	Studenti Universitari, Ricercatori, Centri studi o Società di Ricerca
Opinione pubblica	Cittadinanza
	Territorio del capo di Leuca
Media/Social Media	Giornali
	Facebook, twitter, youtube, blog, wiki
	TV, Radio

2.3. 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: chi riceverà il messaggio (individuo/organizzazione),



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

cosa ha bisogno di sapere riguardo al progetto, e in che modo il messaggio può essere inviato in modo chiaro e conciso, così che venga ben recepito e possa produrre gli effetti desiderati; si opererà in modo che il giusto messaggio arrivi al giusto ricevente. Sarà importante, inoltre, creare delle 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 e delle istituzioni sulle azioni di progetto ed incidere sulla consapevolezza delle problematiche affrontate dal progetto. Si considera, infine, che in fase di realizzazione delle attività di comunicazione sarà necessario evitare l'uso discriminatorio di terminologia tecnica e burocratica, le abbreviazioni.

I messaggi chiave che si intendono inviare e promuovere sono i seguenti:

- ✚ Il Teatro è inutile creerà consapevolezza e valorizzerà le capacità creative e progettuali dei giovani
- ✚ Il Teatro è inutile contribuisce a migliorare il welfare cittadino
- ✚ Il Teatro è inutile contribuisce al raggiungimento degli obiettivi Europei in tema di contenimento del tasso di dispersione scolastica
- ✚ Il Teatro è inutile creerà sinergia tra pubblico e privato
- ✚ Il Teatro è inutile come occasione di visibilità locale e nazionale
- ✚ Il Teatro è inutile come opportunità di incontro e scambio di idee e come leva per l'innovatività sociale e lo sviluppo del territorio e delle attività economiche correlate

3. Il Piano di comunicazione e disseminazione

3.1. ruoli

L'associazione di Promozione Sociale Due Lune Teatro Tenda si occupa sia della progettazione del PdC che della sua concreta attuazione, coinvolgendo, qualora se ne verifichi la necessità, gli eventuali partner e i soggetti professionalmente più competenti e adatti all'espletamento dei compiti previsti dal Piano stesso.

La tavola che segue mette in relazione per ciascuna fase operativa del Piano di comunicazione i soggetti coinvolti, le azioni da sviluppare e le modalità di realizzazione insieme ad una articolazione temporale.



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

STEP	ATTORI	AZIONI	MODALITA'	TEMPI
Progettazione PdC	A.P.S. Due Lune Teatro Tenda	Indicazioni circa la strategia da adottare, sia in termini di comunicazione interna che esterna Analisi dello scenario con le criticità e i punti di forza ed elabora il Piano di Comunicazione	Incontro di progetto per la presentazione del PdC	Luglio 2015
Realizzazione PdC	A.P.S. Due Lune Teatro Tenda	Coordinamento delle azioni e degli attori previsti nella strategia del PdC	Comunicazioni, riunioni	Tutto il periodo di attuazione del PdC
	Giovanni Probo (risorsa interna)	Predisposizione immagine coordinata del progetto (logo, templates)	Project manager, assistente di progetto e Assistenza Tecnica	Luglio 2105



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

- Giovanni Probo (risorsa interna) - Eventuali risorse esterne	Progettazione e sviluppo del sito web del progetto; supporto per la gestione tecnica del sito	Comunicazioni periodiche con il gruppo di progetto	Agosto 2015
Tutti i componenti di progetto (risorse interne)	Social media	Presentazione versione definitiva del sito web e wiki Gestione, Manutenzione, supp.tecnico	Fino a chiusura del progetto
- A.P.S. Due Lune Teatro Tenda - Eventuali risorse esterne	Progettazione e stampa brochure di progetto	Incontri di progetto	Fino a chiusura del progetto
Valentina Piscopiello (risorsa interna)	Ufficio Stampa, coordinatrice, tutor, Predisposizione e redazione dei comunicati stampa, lettere di partenariato, relazioni di progetto	Raccordo tra gli operatori/collaboratori interni ed esterni del progetto	Fino a chiusura del progetto
- A.P.S. Due Lune Teatro Tenda	Progettazione e realizzazione delle non-conference di apertura e chiusura del progetto	Incontri e riunioni di progetto	Ottobre 2015 Giugno 2017



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

	- rete progetti - partner/collab.	Progettazione e gestione seminari	Comunicazioni con il network dei progetti, partner/collaboratori di progetto relative alla programmazione e realizzazione dei seminari	2016 ,2017
	- rete progetti - partner/collab.	Progettazione e gestione workshops	Comunicazioni con il network dei progetti, partner collaboratori di progetto relative alla programmazione e realizzazione dei workshop	2016, 2017
Valutazione verifica del PdC	A.P.S. Due Lune Teatro Tenda	Predisposizione dei criteri e dei metodi di valutazione del PdC per il raggiungimento degli obiettivi dello stesso	Comunicazioni e riunioni di progetto Somministrazione questionario di valutazione/soddisfazione e analisi	Giugno 2016



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

3.2. 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 del progetto.. 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, colori, templates, fotografie, video, elementi grafici in generale. Tutti gli elementi, i prodotti e gli elaborati realizzati nel corso del progetto, il progetto stesso sono (ri)utilizzabili e rilasciati sotto licenza libera Creative Commons, al fine di diffondere la cultura della collaborazione ed i processi partecipativi, in modo da condividere la conoscenza e velocizzare il processo creativo; tutto il materiale creato sarà, comunque, accessibile sulla piattaforma web del progetto, sui canali social e sulle piattaforme collaborative.

3.2.1. Il logo del Progetto e i colori

Il logo del progetto (visibile nell'intestazione in alto a sinistra) rappresenta il nome dell'associazione con l'acronimo CRT (Centro Ricerche Teatrali), e le due mezze lune clown colorate in giallo e bianco. Un'immagine così coordinata e unitaria costituirà un'identità facilmente riconoscibile e consentirà ai destinatari dell'azione informativa di collegare facilmente la singola iniziativa al piano organico d'interventi. Tutte le azioni di comunicazione del progetto saranno così facilmente identificabili dall'insieme degli elementi grafici che le caratterizzeranno per tutto il periodo

Il logo sarà utilizzato in tutti i documenti che saranno prodotti nel corso delle attività progettuali, nei materiali pubblicitari e di disseminazione previsti dal presente PdC.

L'utilizzo del logo del progetto sarà affiancato, in tutte le attività di comunicazione e disseminazione dal logo del Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile Nazionale.

3.2.2. I templates ed il carattere tipografico

Nell'intestazione dei templates saranno visibili il logo del progetto e, sulla sua destra, saranno invece presenti i simboli delle istituzioni partecipanti a vario titolo alla realizzazione del progetto e dei partner, Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile Nazionale, Città di Tricase, ect.

Nel piè di pagina sono invece riportati il nome del progetto (vedi 1*) (con iniziale in maiuscolo e la t di teatro in maiuscolo, il resto in minuscolo) e del bando di finanziamento, sotto un ideale



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

profilo di prosecuzione dello skyline dell'intestazione, i dati di contatto dell'associazione Due Lune Teatro Tenda, Il tutto in color blu; Il carattere è il comic sans ms.

Lo stesso template e carattere viene utilizzato per tutti i formati dei documenti, così che possano essere univocamente riferiti al progetto "Il Teatro è inutile".

Come formato dei documenti e delle comunicazioni sia esterne che interne saranno utilizzati i formati più diffusi dando precedenza all'utilizzo di formati e software free rilasciati sotto licenza libera GNU.

3.3. 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 (radio e TV)
- ✚ Materiale promozionale (brochure, presentazioni, articoli)
- ✚ Sito web, wiki e social network del progetto
- ✚ Eventi (non-conferenze, eventi pubblici)

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 finali e con i destinatari degli interventi; gli strumenti multimediali e interattivi, in particolare i siti web e i social-network, sono molto utili a veicolare informazioni puntuali principalmente ai potenziali beneficiari finali; gli strumenti di comunicazione diretta (conferenze, workshops e seminari), servono a presentare i risultati delle attività a fasce di pubblico diverse e ad altre istituzioni;

Il responsabile dell'ufficio stampa interno all'associazione, 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 il project manager ed il gruppo di lavoro interno al progetto, che forniranno gli elementi di riferimento in funzione di quanto deve essere comunicato all'esterno.

La comunicazione per una maggiore efficacia sarà, dunque, "spalmata" su diversi canali, sia classici che interattivi, ma con maggiore attenzione e diffusione ai nuovi media, nel duplice intento sia di ridurre al minimo indispensabile il consumo di carta, sia per una maggiore, oramai comprovata, efficacia dei nuovi mezzi di comunicazione ai fini della diffusione e condivisione delle idee; nell'era della cultura della convergenza i contenuti devono essere transmediali e remixabili, ciò significa che il valore e il significato di un contenuto è dato dalla sua condivisione,



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

dalla sua circolazione, senza restrizioni di copyright. Il contenuto diventa in questo modo partecipazione, creatività, può essere denuncia, diffusione, aggregazione e scambio di idee. A tal fine tutti i prodotti della comunicazione del progetto (comunicati stampa, articoli, ricerche, video, post, immagini, brochure, ect.) saranno rilasciati sotto licenza libera Creative Commons.

3.3.1. Il sito web e wiki del Progetto Il Teatro è inutile.

Obiettivo specifico: fornire informazioni specifiche e costantemente aggiornate sul progetto e sul suo stato di avanzamento

Target specifici: tutti

Descrizione: il sito web del progetto (www.dueluneteatrotenda.org) sarà sviluppato in lingua italiana. Nella pagina iniziale del sito saranno resi evidenti i promotori e gli eventuali partner coinvolti con i rispettivi loghi identificativi. La costruzione delle pagine web risponde ad un duplice obiettivo:




1. fornire un'informazione puntuale sull'andamento del progetto attraverso la creazione di una sezione, intitolata con il nome del progetto "Il Teatro è inutile", all'interno della quale saranno caricati i lavori (documenti, relazioni, rapporti) che devono essere prodotti nel corso delle attività e sicuramente di interesse per un pubblico specializzato;
2. garantire una costante informazione circa le attività del progetto e attraverso la costituzione di un wiki a tema sul progetto, permetterne in maniera semplice attraverso la registrazione al sito per l'accesso controllato e utilizzando gli strumenti per la modifica messi a disposizione dal software (libero), la discussione, la condivisione e lo scambio di idee così da coinvolgere un più vasto pubblico.

In questo modo, le pagine (anche grazie alla condivisione attraverso i social network) assolvono il compito di informare un pubblico più vasto di quello dei soli tecnici ed addetti ai lavori, rafforzando le attività di coinvolgimento, animazione e disseminazione previste all'interno del progetto.

Sull'homepage del sito sarà presente una sezione introduttiva al progetto ed ai suoi obiettivi, i collegamenti ai nostri social network. Saranno caricati anche documenti video e fotografici relativi all'andamento del progetto. Nelle pagine del sito verranno illustrati la brochure, i risultati del progetto e i suoi stati di avanzamento. Verranno infine pubblicati, con un continuo aggiornamento dei contenuti, gli avvisi e le informazioni circa gli eventi pubblici definiti dal Piano e le news.

3.3.2. I Materiali



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

-  Brochure
-  Comunicati stampa
-  Articoli su stampa



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

-  Articoli sul web
-  Video

Ciascun materiale verrà illustrato nello specifico di seguito.

3.3.2.1 Brochure

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

Target specifici: tutti.

Descrizione: la brochure del progetto 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 sul sito web del progetto (in versione scaricabile).







La brochure consiste in un foglio di formato A4, con lo sfondo di colore nero, piegato in tre sul lato corto. Tale formato sarà utilizzato sia per la descrizione del progetto, sia per la comunicazione degli eventi da realizzare per il raggiungimento degli obiettivi specifici.

3.3.2.2. 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 output di progetto. I comunicati avranno il compito di evidenziare le caratteristiche principali del progetto, cosa è stato/sarà realizzato, chi lo ha fatto/farà, il contributo e i benefici che questo porterà al territorio e alla sua popolazione. 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

I comunicati stampa, redatti dall'ufficio stampa interno e/o eventualmente avvalendosi anche di esperti esterni, saranno distribuiti ai media (radio, TV, giornali, web).



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

3.3.2.3. Articoli

Obiettivo specifico: diffondere informazioni sul progetto, al fine di diffondere i risultati raggiunti nel corso dell'attuazione del progetto.

Target specifici: operatori dei media, pubblico specializzato, tutti.

Descrizione: Gli articoli verranno redatti dai soggetti coinvolti nella direzione del progetto e/o da esperti esterni.

Infine, si precisa che tutti gli articoli prodotti saranno pubblicati non solo sul sito web del progetto ma anche sui siti web della stampa locale per aumentare la diffusione on line, lungo tutto il corso di realizzazione del progetto, per l'aggiornamento rispetto all'evolversi delle attività ed ai risultati raggiunti dallo stesso.

3.3.3. Gli eventi pubblici

Gli eventi pubblici hanno lo scopo di disseminare i risultati del progetto, ma anche di condividere esperienze e buone pratiche e di coinvolgere gli stakeholders del progetto, allo scopo di condividere obiettivi, esperienze e strategie di sviluppo con chi rappresenta interessi significativi sul territorio di riferimento (Scuole, Servizi Sociali, Comune ect.)

3.3.3.1 Non-Conferenze

Obiettivo specifico: diffondere informazioni sui risultati ricercati/raggiunti dal progetto e riflettere, in condivisione, sulla loro sostenibilità e su eventuali azioni di follow up.

Target specifici: tutti.

Una Non conferenza è una conferenza dove il contenuto delle sessioni è influenzato e creato dai partecipanti, generalmente "durante" il corso dell'evento, invece che da pochi organizzatori prima che l'evento cominci. Il processo della non conferenza è simile a quello della Open Space Technology, dove gli incontri avvengono con poca struttura e senza concentrazione sui relatori o ospiti speciali; La Open Space Technology è una maniera coinvolgente e in rapida espansione di organizzare eventi e conferenze. I partecipanti possono intervenire su di un apposito wiki prima dell'evento sulla loro intenzione di presentare un argomento o segnalare un argomento sul quale vogliono che si discuta. Il wiki può anche essere usato per condividere informazioni sui partecipanti per facilitare il networking; è una metodologia innovativa poiché i soggetti coinvolti in un clima piacevole e in tempi relativamente brevi, producono un documento riassuntivo di tutte le proposte/progetti elaborati dal gruppo. Documento che oltre alla sua utilità pratica diviene testimonianza di un lavoro svolto e garante degli impegni presi. La non-conferenza prevede un setting dove i partecipanti sono seduti in circolo il cui centro deve essere vuoto così che tutti si possano guardare negli occhi e sentirsi alla pari degli altri. In questo modo, già dal principio si viene a creare una sensazione di uguaglianza e partecipazione. Inoltre è uno strumento che funziona in una situazione che comporta un serio e reale argomento su cui discutere, molteplici punti di vista, e necessità di trovare una soluzione nell'immediato.



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

Descrizione: saranno realizzate due non-conferenze, in occasione del lancio del progetto (ottobre 2015) e al termine dello stesso (giugno 2017).

Le non-conferenze si terranno presso la sede operativa dell'associazione Due Lune Teatro Tenda; Per entrambi gli eventi si trasmetterà richiesta per la partecipazione di funzionari del Dipartimento della Gioventù e del Servizio civile Nazionale.

4. I metodi di verifica e di misurazione dei risultati raggiunti

Al fine di valutare l'effettiva capacità del presente PdC di produrre gli effetti per cui è stato ideato, si è pensato di predisporre i metodi di verifica e di misurazione dei risultati raggiunti. Per tale ragione sono state individuate alcune modalità specifiche di misurazione per gli interventi programmati: monitoraggio accessi al sito web; indice di posizionamento dei contenuti pubblicati sui motori di ricerca e di replicabilità su altri siti; rilevazione delle presenze agli eventi organizzati; questionario valutazione della soddisfazione per i partecipanti agli eventi pubblici. Questi strumenti hanno quindi lo scopo di permettere non solo il monitoraggio delle attività di comunicazione, ma anche una oggettiva valutazione dell'efficacia delle stesse.

La tavola che segue espone un riepilogo delle modalità di valutazione per singolo strumento di comunicazione identificato.



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

Tab. 3 Valutazione del Piano di comunicazione

Destinatari	Strumenti di comunicazione	Attori da coinvolgere		Obiettivi di comunicazione	Oggetto/i della valutazione	Modalità di valutazione
		Interni	Esterni			
Tutti	web	x	x	Informare/Aggiornare	Accessi ai canali web	Monitoraggio del numero di accessi al sito web (mensile) n.° di link e condivisioni Indicizzazione del sito e degli eventi pubblici sui motori di ricerca internet
Tutti	Brochure		X	Informare	Copie	Numero delle copie stampate distribuite Pubblicazione della brochure sui canali web
Media	Comunicati stampa	X		Promuovere informazione su larga scala	Comunicati stampa	Raccolta rassegna stampa n. comunicati stampa prodotti n. comunicati stampa pubblicati Ricerca su internet di CS che si sono autoreplicati o che sono stati copiati/condivisi



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

Pubblico specializzato e tutti	Articoli/Servizi radio TV	X		Informazioni specifiche sull'andamento delle azioni di progetto	Articoli/Servizi radio TV prodotti/pubblicati	n. di articoli pubblicati su carta n. di articoli pubblicati su web Raccolta rassegna stampa Ricerca su internet di articoli che si sono auto-replicati o che sono stati copiati /trasferiti ad altri sistemi Ricerca su internet degli articoli scritti da altri n. Servizi e/o interviste andate in onda
Pubblico generico	Non-Conferenze		X	Informare e costruire consenso	Partecipanti	Foglio firme n. partecipanti n. non-conferenze realizzate Questionario valutazione/soddisfazione



Presidenza del Consiglio dei Ministri
Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Nazionale

TEATRO DI RICERCA DUELUNE TEATROTENDA

5. La rete con gli altri progetti sul territorio e con i partner/collaboratori

Data l'importanza di fare rete per migliorare lo scambio di esperienze e il trasferimento di buone pratiche, una prima azione proposta è quella di un raccordo con i progetti finanziati dal bando "Giovani del Non Profit per lo Sviluppo del Mezzogiorno" sul territorio-obiettivo, attraverso la richiesta di poter posizionare nei rispettivi siti web un link ai diversi progetti. Questo primo elemento consentirebbe di agire in maniera positiva sull'azione di networking prevista dal progetto e potrebbe essere estesa oltre che ai progetti finanziati a Tricase anche agli altri progetti.

Si procederà a creare una mailing list dei progetti finanziati in modo tale che gli strumenti previsti dal PdC per disseminare e diffondere il lavoro fatto, possano essere utilizzati per raggiungere anche gli altri progetti finanziati e permettere, quindi, di poter avviare un canale di comunicazione e scambio di esperienze. Si propone quindi di creare degli incontri in cui ci sia uno scambio diretto tra i vari progetti su scala locale;

I progetti finanziati, conoscendosi tra loro e avendo, possibili e auspicabili esperienze di lavoro in comune, potranno condividere i buoni risultati ottenuti e le criticità incontrate, la comunanza di intenti ma anche acquisire conoscenze per realizzare nuove misure operative.

Inoltre l'incontro tra i partenariati/collaboratori permetterebbe di avviare rapporti di collaborazione e di sperimentare forme di cooperazione, di sviluppare le relazioni e gli scambi di esperienze, promuovere gruppi di studio e ricerca nei rispettivi settori, seminari, workshop, promozione.