



Regione Lombardia

Fondo Europeo Agricolo per lo Sviluppo Rurale: l'Europa investe nelle zone rurali
PSR 2007-2013 Direzione Generale Agricoltura



PIANO DI GESTIONE DEL SIC IT20B0017 "ANSA E VALLI DEL MINCIO" E DELLA ZPS IT20B0009 "VALLI DEL MINCIO"

progettazione



StudioSilva S.r.l.

sede legale:
via Mazzini 9/2 - 40137 Bologna
Tel. 051 6360417 Fax 051 6360481

coordinamento

Dott. For. Paolo Rigoni

collaborazione

Arch. Giovanna Mathis



codice lavoro

2009/029

file

piano_comunicazione_vallimincio.doc

formato

A4

emissione

Luglio 2010

Piano di comunicazione

revisione	oggetto	data	controllato
1			
2			
3			
4			

Premessa

Un Piano di comunicazione, relativo ad un Piano di gestione di siti SIC e ZPS, risulta essere molto specifico nei suoi intenti in quanto inserito quasi sempre in un più ampio piano di comunicazione relativo al Parco naturale in cui ricadono i siti. In questo caso sarà perciò importante non sovrapporsi, negli obiettivi e nelle azioni, con il piano del Parco del Mincio, ma trovare una specificità d'intenti legata proprio alla comunicazione della gestione di un area naturale.

Lo scopo di un piano di gestione è strettamente connesso al raggiungimento di un'interazione sostenibile tra uomo e natura per il benessere di entrambi. Si tratta quindi di analizzare le azioni e le relative conseguenze di questo rapporto. Ogni azione negativa (minaccia) dettata dai comportamenti dell'uomo porta a delle conseguenze sugli habitat e sulle specie. Il piano di gestione individua i comportamenti corretti degli attori coinvolti in un territorio che innescano un'evoluzione positiva dell'ambiente. Il piano di comunicazione deve perciò avere la capacità prevalente di comunicare, nel modo più semplice ed efficace, proprio questi comportamenti ai diversi attori del territorio.

L'intento del piano è la costruzione di un percorso di consapevolezza e responsabilizzazione dei singoli fruitori (cittadini locali, turisti) e della collettività (enti pubblici, associazioni, attori economici, etc) affinché le azioni da loro intraprese innescino conseguenze sostenibili per l'uomo e l'ambiente.

Questo percorso deve partire dall'esplicitazione e dalla semplificazione dei contenuti tecnici del Piano di gestione. Quest'ultimo è strutturato nell'analisi dei fattori di minaccia, nell'elencazione degli obiettivi e nella conseguente stesura delle azioni. Le norme e il regolamento che derivano dal piano di gestione sono perciò, organizzate, in alcuni casi, per tipi di fruitori/attori, per immediatezza comunicativa: fruitori singoli (comportamenti organizzati per chi compie escursioni a piedi, in bicicletta, in barca, per chi pesca o caccia); collettività (produttori agricoli e industria, amministratori e pianificatori, cittadini).

1. Il Piano di comunicazione

Il Piano di comunicazione si deve sviluppare tenendo conto di alcune fasi logiche importanti.

La prima fase si occupa della **definizione dell'obiettivo prioritario e dei sotto obiettivi successivi da perseguire nella campagna di comunicazione**. Sarà cioè necessario esplicitare i temi che saranno comunicati dal Piano di gestione, ed in particolare gli obiettivi di mantenimento e miglioramento delle condizioni ecologico-ambientali dell'area. A tal proposito va messa in evidenza la particolare tipologia di oggetto della comunicazione che è l'insieme delle analisi descrittive dei siti, degli obiettivi e delle strategie gestionali concretizzabili in una serie di effetti e risultati attesi. La comunicazione di questi dati ha appunto lo scopo di valorizzare e tutelare l'ambiente naturale e la biodiversità, diffondendo ed implementando il suo valore.

La seconda fase è relativa alla **scelta dei destinatari** della comunicazione. Questi non coincidono esclusivamente con i tecnici che seguono le attività gestionali, ma possono anche essere rappresentati da altri soggetti, che, in qualche misura, influenzano le decisioni di chi fruisce di tali aree naturali (amministrazioni, enti locali, associazioni, etc.). Inoltre azioni specifiche di comunicazione dovranno essere intraprese nei confronti di potenziali fruitori che pur essendo localizzati sul territorio non hanno ancora scelto di "interessarsi al progetto". In sintesi i principali destinatari della comunicazione sono gli utenti operatori, gli

utenti semplici e gli utenti amministratori e quindi andrà valutato quando e come modulare le iniziative relative al progetto di comunicazione.

La terza fase definisce il **messaggio** da veicolare. Il messaggio dovrà essere coerente, non solo con l'obiettivo e il destinatario, ma anche con le conclusioni offerte dal Piano di gestione in merito alle minacce ed alle risorse specifiche dei siti. La comunicazione dovrà veicolare pertanto slogan che in qualche modo riassumono, in termini di risorse e minacce, le specifiche peculiarità di ogni sito.

La quarta fase è di tipo tecnico e comprende la **scelta degli strumenti di comunicazione (o media) da attivare**. Le alternative sono determinate dai mezzi a disposizione e sono specificate sulla base delle caratteristiche dei contenuti che vogliono essere comunicati. Come anticipato nella premessa, gli strumenti scelti, dovendo inserirsi in un quadro già esistente di attività legate al piano di comunicazione del Parco del Mincio, dovranno derivare da uno **studio attento ed una messa a sistema delle risorse territoriali locali già presenti sul territorio**.

Gli strumenti selezionati hanno lo scopo di avvicinare il maggior numero di persone alla condivisione delle risorse ambientali; questo attraverso un processo di apprendimento delle dinamiche attive sul territorio, delle componenti antropiche e ambientali che partecipano alla creazione del paesaggio, al fine di comprendere, condividere e dibattere in maniera efficace le scelte degli Enti di gestione e delle Amministrazioni locali. Rendere consapevoli e protagonisti i cittadini locali ed i fruitori di passaggio crea affezione nei confronti del territorio e stimola una partecipazione attiva per la sua manutenzione e alla sua crescita.

È importante selezionare strumenti comprensibili e validi sia per adulti che per bambini e per le diverse fasce sociali di pubblico. Per creare efficaci percorsi di sensibilizzazione, partecipazione e promozione dei contenuti del Piano di gestione si consiglia di utilizzare strumenti di diversa natura per poter cogliere la sensibilità dei differenti fruitori: da classici strumenti cartacei a strumenti digitali fino a quelli interattivi e sociali.

La quinta fase è quella del **budget**. Al di là degli aspetti qualitativi (efficacia dello strumento rispetto all'obiettivo da raggiungere), i parametri da tenere in considerazione saranno dati dal costo-contatto (investimento complessivo/audience raggiunta) e dalla distribuzione delle risorse per il periodo di riferimento del piano di comunicazione. È cioè necessario mantenere elevata l'attenzione su un periodo medio-lungo in modo da consolidare i risultati conseguiti.

Per una maggiore efficacia ed un coordinamento funzionale è necessario, prima di tutto, progettare **un'immagine grafica coordinata** che conferisca visibilità e riconoscibilità a tutte le iniziative legate al Progetto di comunicazione ed individuare **l'ufficio di riferimento** per tutte le attività e le iniziative in progetto affinché risultino omogenee nella presentazione, riconoscibili e strutturate.

Nella fase di mantenimento delle attività previste dal piano di comunicazione, sarebbe importante prevederne un momento di **verifica periodica** rispetto alla loro qualità ed efficacia, al fine di migliorare, ottimizzare e modulare gli strumenti secondo le esigenze che possono nel tempo cambiare.

2. Gli strumenti per la comunicazione dei Piani di gestione

Alla luce di queste attenzioni generali, è stata selezionata una gamma di strumenti varia per tipologia e funzione che, per comodità di consultazione e messa in pratica, verrà strutturata nella seguente tabella che organizza gli strumenti secondo gli obiettivi disposti dal disciplinare ed evidenziando le differenti

categorie di fruitori che devono raggiungere. A seguire vengono descritti in maniera più approfondita i principali strumenti.

Obiettivi del disciplinare per il piano di comunicazione	tecnici	enti pubblici associazioni	cittadini/locali	turisti	scuola	stampa
A. Divulgazione dei contenuti del Piano di gestione	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Guida tecnica - Mini-corsi di formazione - pubblicazione di studi e monitoraggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Guida tecnica - Mini-corsi di formazione - pubblicazione di studi e monitoraggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Brochure/mappa - DVD interattivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Brochure/mappa - DVD interattivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Brochure/mappa - DVD interattivo 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Cartella Stampa con Brochure/mappa, - DVD interattivo, schede sintetiche dei comportamenti responsabili
B. Migliore utilizzo e rispetto della normativa educazione ambientale	<ul style="list-style-type: none"> - Guida tecnica - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) 	<ul style="list-style-type: none"> - Guida tecnica - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) 	<ul style="list-style-type: none"> - schede sintetiche dei comportamenti responsabili - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (è possibile studiare anche una versione su DVD) 	<ul style="list-style-type: none"> - schede sintetiche dei comportamenti responsabili - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (è possibile studiare anche una versione su DVD) 	<ul style="list-style-type: none"> - schede sintetiche dei comportamenti responsabili - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (è possibile studiare anche una versione su DVD) 	<ul style="list-style-type: none"> - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) (è possibile studiare anche una versione su DVD)
C. Consenso, collaborazione e coinvolgimento	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Monitoraggi: aggiornamento disponibile alla consultazione via internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Manifesti - Monitoraggi: aggiornamento disponibile alla consultazione via internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Manifesti - Monitoraggi: aggiornamento disponibile alla consultazione via internet o nei luoghi preposti - inserimento nella newsletter del Parco del Mincio di aggiornamenti sugli eventi che avvengono nei Sic, aumento numero di una specie, rimboschimento, nascite, eventi speciali, etc. - progettare eventi da riproporre periodicamente alla comunità locale per un suo coinvolgimento attivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - Manifesti - Monitoraggi: aggiornamento disponibile alla consultazione nei luoghi preposti 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - inserimento di visite guidate ai SIC e ZPS nelle visite guidate delle scuole organizzate dal Parco del Mincio. - Monitoraggi: aggiornamento disponibile alla consultazione via internet o nei luoghi preposti - adozione da parte delle classi di singoli monitoraggi 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - inserimento nella newsletter del Parco del Mincio di aggiornamenti sugli eventi che avvengono nei Sic, aumento numero di una specie, rimboschimento, nascite, eventi speciali, etc.

	tecnici	enti pubblici associazioni	cittadini/locali	turisti	scuola	stampa
D. luoghi/eventi di aggregazione e scambio	- Sito web	- Sito web	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) - chiosco/punto informazioni nei centri abitati anche presso strutture già esistenti - progettazione di eventi coordinati tra i siti Rete natura 2000. - eventi da riproporre periodicamente alla comunità locale per un suo coinvolgimento attivo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) - chiosco/punto informazioni nei centri abitati anche presso strutture già esistenti - progettazione di eventi coordinati tra i siti Rete natura 2000. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - installazione interattiva/gioco sulle conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie (azione-reazione) - progettazione di eventi coordinati tra i siti Rete natura 2000. 	- Sito web
E. turismo			- Sito web	<ul style="list-style-type: none"> - Sito web - mailing ai tour operator 		- Sito web

Di seguito si approfondiscono gli strumenti principali e quelli più particolari e specifici:

- Ideazione del **LOGO** e dell'**IMMAGINE COORDINATA** che accompagna la comunicazione del Piano di gestione: un logo unico ma che rappresenti i quattro diversi piani di gestione, che tenga conto del progetto da cui deriva (Rete natura 2000) e quello di cui fa parte (Parco del Mincio); un'unica immagine coordinata: scelta di elementi grafici, colori, font, gabbie coordinate per documenti ufficiali e materiale divulgativo, etc. L'immagine coordinata accompagnerà tutte le iniziative, gli eventi ed i materiali prodotti accentuandone la riconoscibilità e riconducibilità ai piani di gestione ed al Parco del Mincio ed aumentando l'affezione al progetto.

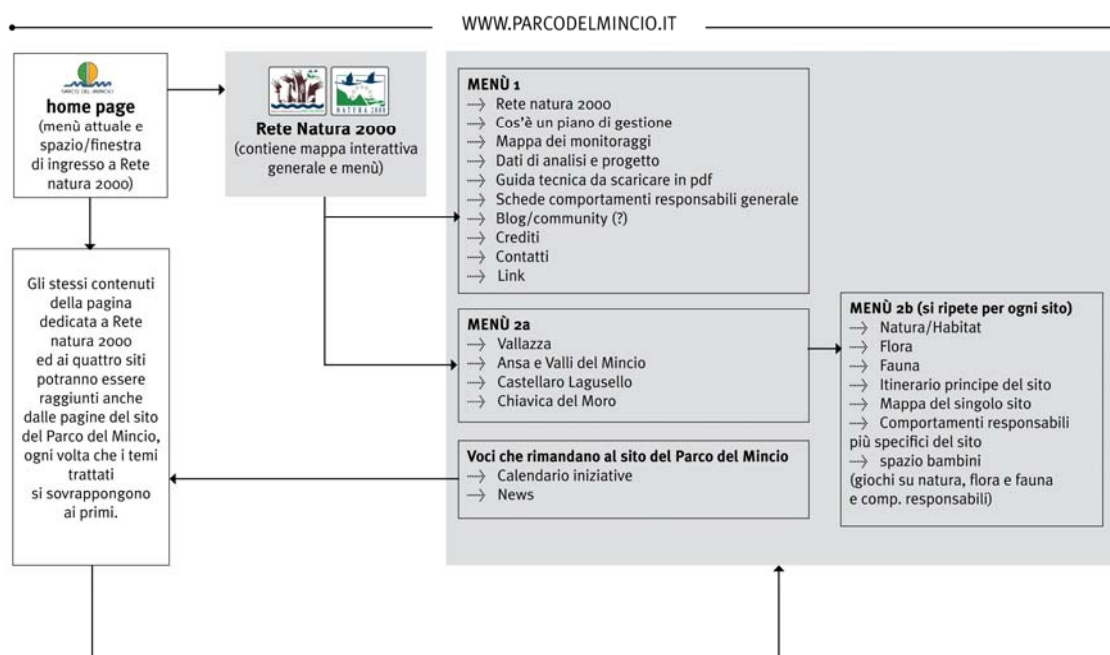
All'immagine coordinata si potrebbe affiancare l'ideazione di un **PERSONAGGIO** che accompagni la comunicazione e che funzioni da facilitatore dei contenuti tecnici del Piano di gestione; che sia di aggancio per i più piccoli e semplificatore per gli adulti.

- Progettazione di una **BROCHURE/MAPPA**. Adatta per adulti e bambini, con il seguente contenuto: mappa; sentieri di terra e d'acqua; specie più importanti di flora e fauna; prodotti tipici; sintesi dei comportamenti responsabili; modalità di partecipazione e coinvolgimento; ricettività e accoglienza diffusa.

I contenuti saranno espressi con testi e prevalentemente immagini comprensibili a tutte le fasce di età. Il formato proposto è 60x42 cm piegato fino a 10x21 cm, stampato fronte/retro a colori e ripiegato.

- **CARTELLA STAMPA** con Brochure/mappa, schede sintetiche dei comportamenti responsabili da offrire in conferenza stampa, eventi speciali, etc.

- Realizzazione di una **PAGINA WEB** dedicata a Rete natura 2000 e i quattro siti inclusi nel Parco del Mincio, da inserire nell'attuale sito www.parcodelmincio.it. La pagina ha, in sintesi, i seguenti contenuti: conoscenza dello strumento "piano di gestione" ed in particolare della struttura e dei contenuti dei PdG dei quattro siti; presentazione delle peculiarità ambientali (habitat, flora e fauna; gli itinerari principi che permettono di cogliere le specificità dei luoghi); creazione di una community; conoscenza dei dati ecologico-ambientali derivanti dai monitoraggi; guida tecnica e schede dei comportamenti responsabili da scaricare; spazio dedicato ai bambini. Questi contenuti possono essere raggiunti direttamente dalla homepage del sito www.parcodelmincio.it entrando nella finestra dedicata a rete natura 2000; oppure dall'interno delle pagine del sito del Parco del Mincio ogni volta che s'incontra un argomento che si sovrappone nei temi con quelli dei PdG. Di seguito riportiamo una possibile struttura:



- Progettazione di una **GUIDA TECNICA** contenente una sintesi della relazione e delle norme di gestione per un primo approccio alla materia coadiuvato da immagini e schemi grafici. Contiene inoltre la schematizzazione delle minacce, degli obiettivi e delle azioni corrette da seguire.
- Redazione di **SCHEDE SINTETICHE DEI COMPORTAMENTI RESPONSABILI**. Schede illustrative sul comportamento responsabile, derivante dalla normativa di gestione, progettate per i diversi fruitori:
 - IO che cammino a piedi nel parco *come mi devo comportare?*
 - IO che vado in bicicletta nel parco *come mi devo comportare?*
 - IO che navigo sul battello *come mi devo comportare?*
 - IO che pesco e caccio *come mi devo comportare?*
 - NOI che produciamo (industria, agricoltura) *come ci dobbiamo comportare?*
 - NOI che pianifichiamo (amministrazioni pubbliche) *come ci dobbiamo comportare?*
 - NOI che viviamo tutti i giorni in questo territorio (cittadini che si muovono, consumano, etc) *come ci dobbiamo comportare?*

Possono essere consultabili on-line o in versione cartacea anche come allegato alla Guida tecnica. Una sintesi di queste schede si troverà anche nella brochure.

- **STUDI E DATI RELATIVI AI MONITORAGGI** dei siti, da mettere a disposizione sul sito internet.
- **MINI-CORSI/LABORATORIO DI FORMAZIONE** per addetti alla gestione dei siti.
- Progettazione di un'**INSTALLAZIONE INTERATTIVA/GIOCO** sul tema "azione e reazione": conseguenze delle minacce sull'habitat e sulle specie ed effetti e risultati attesi con le strategie di gestione. Spazio interattivo dove poter visualizzare virtualmente in modo circoscritto e immediato le possibili conseguenze negative ad azioni umane non sostenibili su habitat e specie e i possibili risultati derivanti da azioni responsabili. L'attore sceglie e innesca un'azione e lo spazio intorno reagisce di conseguenza mutando il suo aspetto. Uno strumento come questo, immersivo e coinvolgente, stimola il lato emotivo del fruitore, veicolando una comunicazione molto efficace e persistente. È possibile pensare di realizzarne anche una versione in DVD interattivo.
- Progettazione di **EVENTI COORDINATI TRA SITI DI RETE NATURA 2000**. Sempre sul tema della biodiversità e del comportamento responsabile, si possono svolgere in contemporanea nei siti di Rete natura 2000 (sia i quattro all'interno del Parco del Mincio, ma anche altri siti italiani o europei) ed essere però collegati virtualmente, in audio-visivo ed in tempo reale, presso un'unica postazione che potrebbe essere la stessa dell'installazione interattiva.

3. Costi indicativi principali strumenti descritti

L'intento di queste note economiche non è esaustivo di tutte le risorse necessarie per la messa in atto del piano di comunicazione, ma evidenzia l'ordine di grandezza di spesa per la realizzazione degli strumenti più particolari di tipo anche multimediale (nell'ipotesi dei costi è escluso il costo di ideazione e progettazione delle installazioni).

- Allestimento di uno spazio interattivo per comprendere e sperimentare le implicazioni delle minacce e delle strategie gestionali sugli habitat naturali: software di gestione dell'interazione, materiale hardware, progettazione e costruzione dell'allestimento dello spazio € 15.000,00.
- Eventi coordinati tra altri siti Rete natura 2000 collegati virtualmente in tempo reale: software di gestione delle telecamere, PC, videoproiettore, telecamere di alta qualità (ipotesi di 4 siti in contemporanea), router per streaming video (esclusa linea adsl o dedicata) € 5000,00.

4. Tempistica generale di applicazione del piano di comunicazione

In concomitanza con la redazione del Piano di gestione	Alla presentazione del Piano di gestione	Nel tempo in maniera continuativa
<ul style="list-style-type: none"> - immagine coordinata - primi materiali cartacei: mappa/brochure - verifica delle risorse economiche, delle strutture e degli strumenti presenti in loco - definizione degli obiettivi da soddisfare e dei messaggi da comunicare - verifica del budget a disposizione - programma di attuazione del piano 	<ul style="list-style-type: none"> - sito web - materiali cartacei e digitali: mappa/brochure, guida tecnica, schede comportamenti responsabili, Cd e dvd interattivi (Cartella stampa) - lancio dell'allestimento interattivo - Manifesti - primi corsi di formazione 	<ul style="list-style-type: none"> - Manifesti - corsi di formazione periodica - pubblicazione di studi e monitoraggi su internet - inserimento nella newsletter del Parco del Mincio - community - chiosco/punto informazioni nei centri abitati - eventi in rete con i siti Rete natura 2000 - eventi periodici di coinvolgimento della comunità - verifiche periodiche delle attività legate al Piano di comunicazione

Esempi di progetti di comunicazione realizzati

Comunicazione del Documento programmatico preliminare del Comune di Bari (2009)

Applicazione dell'immagine coordinata su materiale divulgativo (libri, pieghevoli, brochure, cartoline, pannelli, calendari, carte, mappe, kit gioco, kit promozionale, piccole guide introduttive all'argomento, magliette, borse di tela, penne, cappellini, etc). Può essere applicata sui mezzi di trasporto e ovviamente su cartelloni stradali e stendardi per dare il massimo di visibilità al procedimento amministrativo.

Applicazioni
su mezzi di trasporto



Stendardi pubblicitari



Proiezioni o applicazioni del logo su percorsi pedonali del centro storico o del lungo mare



Logotipo e immagine coordinata del progetto di comunicazione del Comune di Ravenna R.if Ravenna in-forma - 2005
logotipo e grafica di Giovanna Mathis (www.rif.ra.it)



Matilde personaggio animato creato per il progetto da Stefania Bertozzi Giovanna Mathis, Maurizia Pasi, insieme allo Studio Panebarco di Ravenna

manifesto pubblicitario adulti



manifesto pubblicitario bambini



depliant illustrativo del progetto



cartolina/invito alla mostra



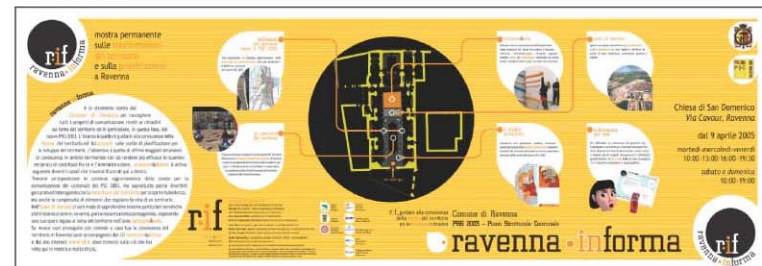
allestimento della mostra R.if Ravenna In Forma chiesa di San Domenico, Ravenna



segnaletica standard esterno

segnaletica standard interno di divisione delle sezioni della mostra

pannello introduttivo della mostra R.if Ravenna In Forma

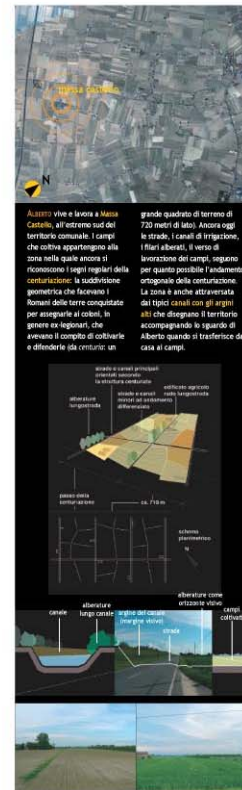


Progetto di comunicazione Ravenna R.if Ravenna in-forma - 2005. Urban center, progetto di uno spazio immersivo interattivo. Ideazione e realizzazione di Giovanna Mathis, Stefania Bertozzi, Maurizia Pasi Pasi insieme a: Lucio Diana (scenografia e regia video e audio), Studio Sound Cage, Genova (realizzazione software interattivo per la macchina del territorio), Art line, Perugia (realizzazione della struttura per la macchina del territorio) (www.urbancenter.ra.it).



stanza A lo scenario: alla scoperta del territorio

“La stanza dello scenario, rappresenta un’occasione di sosta, un luogo privilegiato per osservare il territorio da un punto di vista nuovo, che consente di guardare con più attenzione, ed in maniera più oggettiva, la complessità delle componenti che costituiscono un territorio. Leggere distintamente tali componenti ci aiuta a comprenderle e ritrovarle passeggiando nel territorio reale, quando tutto è nuovamente mescolato ed integrato. Le tessere del mosaico della prima stanza rappresentano solo alcune delle componenti del territorio. Giocare a combinare insieme le tessere, ricrea alcune delle realtà che ci circondano tutti i giorni. Le tessere sono 12 e rappresentano: le pinete, le zone umide, le dune, le zone agricole, le zone industriali e artigianali, il porto, il centro storico, i monumenti, le aree archeologiche, i mosaici, la vita degli abitanti, ed in particolare la vita di 6 personaggi che troveremo nella seconda stanza. [...]”



stanza B gli attori: la stanza degli abitanti

“La stanza degli abitanti racconta il territorio in 6 diverse interpretazioni di 6 diversi abitanti che lo vivono quotidianamente. 6 attori che recitano nello scenario del territorio. Come interagiscono gli attori nello scenario, quali segni lasciamo noi abitanti nel territorio?”

Le suggestioni offerte dai 6 video, accompagnate da immagini che aiutano a decodificare i segni del territorio, ci suggeriscono di provare a ripercorrere il nostro percorso quotidiano con una attenzione nuova tale da intuire la complessità della realtà territoriale e la responsabilità che abbiamo nel convivere.

Il nuovo Piano Regolatore Generale 2003 tenta di organizzare tale complessità cercando di dare delle regole per gli abitanti affinché si garantisca la qualità degli elementi strutturanti e si limitino i comportamenti dannosi per lo sviluppo del territorio. Proviamo ad essere spettatori attenti per essere attori migliori.”



Progetto di comunicazione per il Piano strutturale in forma associata dei Comuni della Bassa Romagna - 2007. Logotipo, immagine coordinata ed applicazioni su materiale istituzionale e divulgativo. *Logotipo e grafica di Giovanna Mathis.*

