



MAPPER

***MAPpe online e mappe tattili 3D PER
innovare le modalità di fruizione turistica
e dei beni culturali***



POR CAMPANIA FESR 2014/2020

**Asse Prioritario 3 - Competitività del sistema produttivo
Obiettivo Specifico 3.1 Rilancio della propensione agli
investimenti del sistema produttivo**

**Azione 3.1.1 Aiuti per gli investimenti in macchinari, impianti e beni
intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e
ristrutturazione aziendale**

**Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di
trasferimento tecnologico e industrializzazione**

**Fase 1 - PROJECT MANAGEMENT, VALORIZZAZIONE &
COMUNICAZIONE**

Report: *Piano della Comunicazione e Disseminazione*

Agosto 2022



PREMESSA

Il presente Piano della Comunicazione e Disseminazione costituisce uno degli output del progetto **MAPPER**.

Elaborato dal partner **Area Blu** con l'ausilio di un consulente esterno, questo documento è finalizzato a presentare in maniera sistematica la strategia e le azioni di comunicazione e disseminazione esterna previste durante l'intera durata del progetto (12 mesi), illustrando nel dettaglio, tra gli altri, gli obiettivi delle azioni, gli strumenti da utilizzare, i destinatari, la tempistica a disposizione.

In tal senso, il Piano rappresenta una sorta di Guida da seguire e consultare periodicamente per una pianificazione ed implementazione efficace ed efficiente di tutte le attività di disseminazione e valorizzazione previste.

Ad un secondo livello, il Piano della Comunicazione e Disseminazione è in ogni caso utile a fornire a tutti i soggetti esterni al progetto (tra i quali gli stessi destinatari delle azioni di comunicazione), un quadro di riferimento organico degli obiettivi, strumenti e modalità di realizzazione delle attività di comunicazione del progetto **MAPPER**.

Il Progetto

MAPPER è un progetto di R&S sviluppato congiuntamente, in qualità di Capofila, da FOS Spa e, come partner, da Area Blu Srl.

FOS Spa è un'industria tecnologica innovativa italiana, con sede primaria a Genova e varie sedi in Italia ed all'estero. Si propone al mercato con sezioni operative focalizzate su competenze tecnologiche verticali che operano in modo integrato, collaborano con primari centri di ricerca nazionali ed internazionali e partecipano ad importanti distretti tecnologici.

Fondata nel 1999, oggi FOS offre servizi di system integration e sviluppo software, outsourcing applicativo e infrastrutturale, attività di ricerca, sviluppo e prototipazione di soluzioni tecnologiche innovative, servizi per le telecomunicazioni. E opera in modo trasversale nei diversi mercati: industria e servizi, finanza, sanità e medicale, telco e utilities, pubblica amministrazione.

Areablu Edizioni nasce nel 2011 da un'idea di Grafica Metelliana, storica azienda poligrafica con sede a Mercato San Severino (SA). La forza aziendale si basa su un mix tra cultura del design e stampa. I libri del catalogo, per questo, coniugano originalità e gusto estetico,

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

fondamentali per dare una forte caratterizzazione e riconoscibilità ai volumi. Area Blu è parte attiva, spesso artefice, di molti progetti nati dalla condivisione di un'idea visionaria e dalla voglia di perseguire obiettivi comuni fondati su molteplici aspetti: paesaggio naturale, città, arte e cultura, tradizioni ed economia, aziende.

MAPPER intende agire su due necessità tra loro interconnesse: a) la crescente disponibilità di mappe turistiche online che, affiancandosi agli strumenti ormai di uso comune quali Google Maps, Bing Maps, etc., forniscano un adeguato supporto informativo per la visita reale e virtuale di luoghi, specialmente quelli meno noti e conosciuti, in una logica di sostenibilità ecologica; b) una decisa evoluzione nel campo delle mappe tattili il cui utilizzo da parte di persone con disabilità visiva diventi realmente efficace in una logica di interconnessione con i servizi mappali online.

MAPPER si basa sulla possibilità di sfruttamento di sistemi mappali online (ad es. Google Maps, Bing Maps, etc) e sulla disponibilità di mappe digitali di qualità.

Il progetto si articola su 2 obiettivi, volti alla creazione di:

- 1) Mappe online volte precipuamente alla promozione turistica anche grazie all'inserimento di applicazioni di realtà aumentata;
- 2) Mappe turistiche tattili tridimensionali indirizzate alla platea di persone con disabilità visiva.

Nel primo caso si intende creare un "sistema autore" per la creazione di mappe turistiche (per una data località o area) basate su servizi mappali pre-esistenti (ad es. Google Maps, Open Street, etc).

Nel secondo caso si intende realizzare mappe 3D mediante la manifattura additiva supportata da stampanti 3D, creando un collegamento con i servizi mappali online grazie ad una interfaccia audio.

Aspetti ed Elementi Costitutivi del Piano

Al di là del fatto che possa essere diretto verso un'azione specifica come nel caso della comunicazione di un progetto, ogni possibile riflessione e analisi sul Piano della Comunicazione e Disseminazione porta a ricordare come la comunicazione esterna è sempre

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

frutto di un prodotto interno, che a sua volta scaturisce da una fitta rete comunicativa, in cui devono fondersi il dato amministrativo e la comunicazione prodotta.

Il Piano della Comunicazione e Disseminazione, è quindi specificamente chiamato ad individuare una serie di step (obiettivi, target, azioni, ecc.) necessari per poter assolvere pienamente la sua funzione di natura programmatica e strategica, così come deve essere caratterizzato da una serie di elementi costitutivi.

Integrazione

Tutte le attività di informazione e comunicazione, devono essere coordinate tra loro ed integrate in una strategia di comunicazione efficace, coerentemente con gli obiettivi generali del progetto. L'insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati devono offrire un'immagine unitaria e costituire un'identità facilmente riconoscibile.

Coordinamento

Per tutte iniziative previste con finalità comunicative e/o informative dovrà essere assicurata una fase di coordinamento nella quale siano individuati le forme, i mezzi ed i contenuti più adeguati in relazione agli obiettivi prefissati e alle diverse tipologie di pubblico.

Riconoscibilità

Assicurare che la provenienza di ogni messaggio sia immediatamente capita e riconosciuta da chi la riceve come rappresentazione di un messaggio riferito al progetto attraverso elementi caratterizzanti quali il formato, il colore e il logo etc.

Persuasività

Il messaggio deve contenere elementi tali da renderlo il più possibile accettabile alle categorie a cui è diretto, in quanto suggerisce comportamenti corretti, fornisce elementi di confronto e convince per differenza e non per imposizione.

Interattività

Le iniziative di comunicazione devono privilegiare l'interattività e la pluridirezionalità dei messaggi. Obiettivo del piano così come strutturato è la creazione di una "rete" di flussi di comunicazione tra il partenariato di progetto, i ricercatori, i tecnici, i professionisti, i decision-maker, le imprese, gli Enti pubblici ed altri soggetti istituzionali, e i soggetti comunque interessati.

POR CAMPANIA FESR 2014/2020

Asse Prioritario 3 - Competitività del sistema produttivo

Obiettivo Specifico 3.1 Rilancio della propensione agli investimenti del sistema produttivo

Azione 3.1.1 Aiuti per gli investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

Visibilità

Tutte le attività di informazione e comunicazione devono contribuire ad accrescere la visibilità del progetto sul territorio e nell'ambito tematico interessato, e farne conoscere le attività le azioni e i risultati.

Accessibilità

I messaggi e le informazioni i prodotti e in generale, qualsiasi forma di interazione con l'utenza devono essere improntati alla semplicità ed alla chiarezza e devono utilizzare i canali ed i contenuti che consentano la massima trasparenza su tutto ciò che riguarda il progetto.

MAPPER - MAPpe online e mappe tattili 3D PER innovare le modalità di fruizione turistica e dei beni culturali



OBIETTIVI DEL PIANO DELLA COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

Il **Piano della Comunicazione e Disseminazione** è specificamente chiamato ad individuare una serie di elementi (obiettivi, target, azioni, ecc.) necessari per poter assolvere pienamente la sua funzione di natura programmatica e strategica e, come tale, dovrà essere sincronizzato con il procedere del progetto, coordinando ed integrando tutte le attività di informazione e comunicazione in una **strategia di comunicazione efficace**, coerentemente con gli obiettivi generali del progetto. L'insieme dei messaggi e delle informazioni realizzati devono offrire **un'immagine unitaria** e costituire **un'identità facilmente riconoscibile**. Occorre assicurare che la provenienza di ogni messaggio sia immediatamente capita e riconosciuta da chi la riceve come rappresentazione di un messaggio riferito al progetto attraverso elementi caratterizzanti quali il formato, il colore e il logo, etc. Il messaggio deve contenere elementi tali da renderlo il più possibile accettabile alle categorie a cui è diretto, in quanto suggerisce comportamenti corretti e fornisce elementi di confronto. Le iniziative di comunicazione devono privilegiare l'**interattività** e la **pluridirezionalità dei messaggi**.

Obiettivo del Piano così strutturato è quello di contribuire ad **accrescere la visibilità del progetto** sui target interessati, facendone conoscere le attività, le azioni e i risultati, attraverso la predisposizione di materiale informativo, l'elaborazione di un programma di divulgazione delle attività e dei risultati del progetto, creazione di flussi di comunicazione tra il Capofila FOS, il partner Area Blu ed i target group di **MAPPER**. Da ultimo si mira a **creare sinergie con altri progetti/soggetti**, tematicamente affini e in corso di realizzazione a livello regionale, nazionale ed europeo.

I messaggi, le informazioni, i prodotti e, in generale, qualsiasi forma di interazione con l'utenza devono essere improntati alla semplicità ed alla chiarezza e devono utilizzare i canali ed i contenuti che consentano la massima trasparenza su tutto ciò che riguarda il progetto. Si intende, in tal modo, ottimizzare le forme e i modi di impatto e di coinvolgimento dei cittadini, pubblicizzando obiettivi del progetto, attività e risultati, sia attraverso la produzione e la

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

distribuzione di materiale adeguato, sia informando e sensibilizzando su azioni, fasi e risultati del progetto. Dovranno in ogni caso essere assicurati l'uso corretto del logo RC/POR-FESR e la **pubblicizzazione del sostegno comunitario**. In considerazione delle finalità e delle aree d'intervento del progetto **MAPPER**, le azioni di comunicazione, valorizzazione e diffusione rivestono un'importanza cruciale al fine del conseguimento degli obiettivi progettuali. Il successo della strategia di **MAPPER** dipende infatti dalla capacità di attivare sinergie e di garantire un costante raccordo tra le azioni previste a diversi livelli, in maniera tale da diffondere in modo efficace le informazioni relative al progetto (attività, risultati, ecc.) negli ambiti coinvolti, presso il target group e gli altri attori coinvolti, nonché presso i beneficiari finali e il pubblico generale.

Per tali motivi, **l'obiettivo generale del Piano della Comunicazione e Disseminazione di MAPPER** è, da una parte, diffondere il progetto e, dall'altra, favorire il consolidamento di tutti i processi comunicativi che il progetto stesso mette in moto all'interno dei contesti di riferimento. Esso mira pertanto ad evidenziare le tematiche affrontate da **MAPPER**, gli interventi attuati al suo interno e l'impatto da essi prodotto. Nello specifico, le azioni di comunicazione, valorizzazione e diffusione sono volte a garantire la visibilità del progetto e promuoverne gli obiettivi, le attività, i risultati ed i prodotti tramite la più larga diffusione possibile di informazioni, così come a sviluppare attività di mainstreaming, sia verticali, sia orizzontali, favorendo la trasparenza ed il flusso di informazioni all'interno del team operativo e tra gli attori direttamente o indirettamente coinvolti. In tal modo, le azioni di comunicazione forniscono indicazioni sullo stato di avanzamento delle attività, valorizzano il progetto ed i risultati da esso raggiunti e promuovono un maggiore coinvolgimento dei beneficiari diretti e indiretti di **MAPPER**.

Al fine di raggiungere tali obiettivi, la strategia di comunicazione e disseminazione assicurerà una diffusione su larga scala delle attività progettuali e dei risultati ottenuti, influenzando il comportamento degli attori coinvolti ai vari livelli, mentre il processo di mainstreaming favorirà la partecipazione diretta degli attori con l'intento di sviluppare la rete di riferimento a livello locale, nazionale e internazionale, sia a livello orizzontale che verticale.

Per tali ragioni, il Piano della Comunicazione e Disseminazione di **MAPPER** includerà non solo azioni di promozione e comunicazione in senso stretto (eventi, sito web, ecc) ma anche tutte le altre attività in grado di favorire la diffusione e la valorizzazione. Per portare a termine

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

tali azioni, si useranno strumenti adattati alle caratteristiche ed esigenze dei diversi destinatari, ricorrendo innanzitutto a strumenti di comunicazione/marketing tradizionali a livello generale (brochure, webinar, sito web ecc), in secondo luogo ad azioni di mainstreaming.

Per tutte le iniziative previste con finalità comunicative e/o informative dovrà essere assicurata una fase di **coordinamento** nella quale siano individuati le forme, i mezzi ed i contenuti più adeguati in relazione agli obiettivi prefissati e alle diverse tipologie di pubblico. Proprio con l'obiettivo di garantire la coerenza ed omogeneità di tutte le azioni di comunicazione, il progetto ha previsto la presenza di un **Coordinatore della Comunicazione**, il quale svolgerà le seguenti attività:

- sovrintendere e coordinare l'esecuzione delle attività di sensibilizzazione e comunicazione dirette agli stakeholder;
- verificare l'andamento delle azioni di comunicazione e il raggiungimento dei risultati attesi per quanto riguarda il loro impatto comunicativo;
- mantenere una rassegna stampa sul progetto.

Il Coordinatore della Comunicazione si relazionerà con il Capofila ed il partner di progetto.

Si possono individuare 3 momenti decisivi per l'impostazione dei messaggi e delle azioni di comunicazione del progetto **MAPPER**:

1. Il **periodo di lancio e disseminazione** del progetto: momento per la costruzione dell'immagine istituzionale del progetto **MAPPER**. Le attività dell'iniziativa *"Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione"* in questa prima fase promuovono la conoscenza e la sensibilizzazione degli stakeholder sulle attività previste e la visibilità del progetto a livello regionale e nazionale;
2. Il **periodo di azione**: le azioni di comunicazione accompagnano un programma di formazione e la creazione di un servizio informativo per gli stakeholder.
3. Il **periodo di verifica e diffusione** dei risultati: momento di valutazione dell'esperienza e di divulgazione dei risultati a livello regionale e nazionale.

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

È finalizzata ad assicurare che le azioni di comunicazione siano coordinate e coerenti, puntuali e condivise in modo da rendere chiari e visibili i contenuti, le fasi e gli esiti progettuali.

È necessario dunque che ogni azione sia collegata ad uno specifico target di riferimento e agli obiettivi che si intendono raggiungere. In altre parole, la strategia di comunicazione deve porre in relazione azioni, target, obiettivi, contenuti dei messaggi, canali e tempi.

Per questo la strategia adottata è differenziata, consiste cioè nel rivolgersi ad ogni segmento di target specifico con un messaggio differenziato.

La modalità di contatto dei diversi target avverrà sia tramite interazione diretta o mediata, ovvero attraverso una comunicazione “uno a uno” o attraverso l’impiego di un filtro, sia tramite interazione su vasta scala o su piccola scala, ove sia necessario raggiungere un numero ridotto di destinatari.

In generale il tipo di comunicazione adottata sarà istituzionale, poiché legata al progetto. Lo stile adottato sarà informativo, chiaro, semplice ed esaustivo. Ove necessario il tono si farà scientifico e tecnico.

La strategia di comunicazione e disseminazione è trasversale a tutto il progetto e mira ad assicurare una capillare disseminazione delle attività e risultati del progetto. Al fine di garantire una effettiva visibilità di **MAPPER**, così come un adeguato coordinamento tra le diverse azioni di comunicazione previste nonché la capitalizzazione dei risultati raggiunti, il presente Piano della Comunicazione e Disseminazione (PdC) promuove una definizione precisa della **strategia di comunicazione** prevista, mediante l’analisi della relazione che necessariamente intercorre tra *obiettivo, target, messaggio da veicolare e tempi di comunicazione*.

Il PdC analizza dunque i differenti strumenti di comunicazione previsti sulla base di tali variabili, rappresentando pertanto uno schema esecutivo finalizzato ad agevolare il lavoro del partenariato di progetto con riferimento alle attività da svolgere.

STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Gli strumenti individuati come strategici al Progetto **MAPPER** possono essere divisi in 2 categorie:

- **INTERNI:** finalizzati al coinvolgimento del team operativo (incluso i consulenti esterni) e alla circolazione delle informazioni al suo interno.
- **ESTERNI:** finalizzati alla promozione del Progetto **MAPPER** e delle sue attività.

STRUMENTI INTERNI

La comunicazione e lo scambio di informazioni all'interno del team operativo potranno avvenire tramite:

- Posta elettronica e e-mail circolari: mezzo più rapido per mettere in rete il team operativo (incluso i consulenti esterni) e scambiare informazioni
- Telefono: mezzo veloce per la comunicazione a due.
- Riunioni periodiche: 6 incontri in programma, presso le sedi del Capofila o del partner.
- Conference Call: mezzo che abbatte le distanze consentendo, con giusta programmazione, la presenza simultanea e reale di vari attori on line. Per un corretto scambio di informazioni e lo stato di avanzamento dei lavori.
- Sito web: come mezzo di scambio e supporto costante alle attività di progetto (area riservata).

STRUMENTI ESTERNI

La comunicazione rivolta all'esterno del progetto va analizzata in funzione dello specifico obiettivo che si vuole raggiungere e al target di riferimento.

IMMAGINE COORDINATA

Ideazione, progettazione dell'immagine coordinata del Progetto **MAPPER**, in primis il logo di progetto. Sulla base di quanto definito sarà inoltre creato il web site e la brochure.

LOGO DEL PROGETTO

Premessa: Si ricorda che il partenariato di progetto è tenuto a pubblicizzare il sostegno ricevuto dalla RC e dalla Comunità europea in tutti i documenti e i media prodotti nell'ambito del progetto, in particolare libri, opuscoli, comunicati stampa, cd, video, ecc. Il **logo del programma FESR** dovrà apparire pertanto su tutti i documenti, media e beni durevoli. I prodotti che non mostrano i loghi RC, UE, FESR sono considerati come non ammissibili.

DESCRIZIONE

Strumento di immagine che identifica il progetto e racchiude in sé il carattere innovativo che lo contraddistingue. Sarà inserito nelle intestazioni di carta da lettera e fax, frontespizi di documenti prodotti per le attività di progetto e di comunicazione, brochure e cartelline e su tutto il materiale che sarà prodotto nel corso delle attività e sul sito Internet.

CARATTERISTICHE GRAFICHE

Semplice ma efficace, non dovrà richiamare loghi già esistenti, soprattutto nell'ambito del verde architettonico. Capace di identificare il settore e i temi progettuali coinvolti. Realizzato ad altissima risoluzione, almeno 300 dpi, e possibilmente anche in vettoriale (per agevolarne la stampa su qualsiasi supporto).

OBIETTIVO

Individuare simbolicamente i valori che il progetto diffonde e gli obiettivi che persegue. In particolare, mira a “fotografare” in maniera chiara e immediata il tema del verde architettonico, rappresentando in tal modo l'idea centrale del progetto e costruendo identità intorno al partenariato di progetto.

TARGET

Interno - il partenariato di progetto potrà utilizzare lo stesso logo nelle diverse attività informative / comunicative;

Esterno - i diversi pubblici e gli stakeholder attraverso il logo identificheranno le iniziative previste da **MAPPER**.

POR CAMPANIA FESR 2014/2020

Asse Prioritario 3 - Competitività del sistema produttivo

Obiettivo Specifico 3.1 Rilancio della propensione agli investimenti del sistema produttivo

Azione 3.1.1 Aiuti per gli investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

RESPONSABILE

Area Blu è responsabile della produzione del logo, analizza le diverse proposte fatte dal consulente esterno e approva la versione finale del logo.

TEMPISTICA E DURATA DELL'INTERVENTO

Il logo sarà utilizzato per l'intera durata del progetto e anche dopo la fine dello stesso.

AMPIEZZA DEL RAGGIO DI COMUNICAZIONE

Diffusione massima in quanto strumento di base che accompagna ogni altro intervento di comunicazione e mainstreaming.

MATERIALE DIVULGATIVO

DESCRIZIONE

Il Piano della Comunicazione e Disseminazione prevede l'elaborazione del seguente materiale divulgativo:

- **brochure**
- **presentazioni power point.**

Tali prodotti verranno distribuiti secondo la tempistica prevista dal progetto. Tutto il materiale divulgativo del progetto riporterà i loghi RC, UE, FESR in ottemperanza ai documenti di guida messi a disposizione dalla Regione Campania.

BROCHURE

Obiettivo:

Presentare in modo chiaro ed immediato il progetto e i suoi obiettivi in maniera differenziata secondo il target di riferimento. La brochure di progetto rappresenta uno strumento di comunicazione che, grazie alla sua alta visibilità e semplicità, può essere utilizzata per promuovere il progetto **MAPPER** verso un pubblico più ampio. La Brochure è utilizzata durante gli incontri, gli eventi promozionali ecc. per introdurre il progetto e per diffonderne i contenuti nel modo più immediato ed efficiente. La Brochure include i loghi del progetto, del programma FESR, RC e UE e del partenariato di progetto e gli elementi essenziali del progetto, ovvero: aree di intervento, obiettivi definiti, risultati attesi, elementi innovativi. La brochure è redatta in italiano e ne saranno stampate almeno **200 copie**.

Responsabile:

Area Blu è responsabile della produzione della brochure, analizza le diverse proposte fatte dall'agenzia esterna e ne approva la versione finale.

Tempistica:

31/05/2023

POR CAMPANIA FESR 2014/2020

Asse Prioritario 3 - Competitività del sistema produttivo

Obiettivo Specifico 3.1 Rilancio della propensione agli investimenti del sistema produttivo

Azione 3.1.1 Aiuti per gli investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

PRESENTAZIONI POWER POINT

Obiettivo

Due presentazioni in formato power point denominate “**Sistema Autore MAPPER**” e “**Le Mappe Tattili in MAPPER**” saranno incentrate principalmente sulle tematiche del progetto e le loro varie interazioni.

Le presentazioni includono i loghi del progetto, del programma FESR, RC e UE e del partenariato di progetto.

Le presentazioni saranno prodotte anche in formato di **videoclip online**.

Responsabile:

FOS è responsabile della produzione dei contenuti delle presentazioni e dell'analisi delle diverse proposte comunicative fatte dal consulente esterno e ne approva le versioni finali.

Tempistica:

30/06/2023

MAPPER - MAPpe online e mappe tattili 3D PER innovare le modalità di fruizione turistica e dei beni culturali



SITO WEB

DESCRIZIONE

Il sito web è la facciata, l'immagine pubblica, del progetto: rappresenta il punto di incontro tra il partenariato di progetto del progetto, i vari *stakeholder* a livello locale, nazionale ed europeo ed i gruppi target.

Esso permette di condividere notizie, buone pratiche ed informazioni e ai diversi soggetti interessati alle tematiche di **MAPPER** di reperire informazioni sul progetto in tempo reale. Il sito web agevola il dibattito fra gli stakeholder ed il promotore dell'iniziativa **MAPPER**.

Il sito web è realizzato in hosting e le pagine sono pubblicate mediante un CMS (Content Management System) di tipo Open Source. Al fine di garantire la massima raggiungibilità, utilizzando l'inserimento di meta-data (parole chiave) nella pagina principale, si migliorerà il posizionamento nei motori di ricerca.

Gli autori dei testi inviano i loro contributi all'amministratore per la pubblicazione sul sito web. Il tipo d'informazione e il linguaggio utilizzato sono articolati e variati per renderli fruibili al mondo istituzionale, al mondo tecnico-scientifico ma anche al normale pubblico. Per realizzare il sito si utilizzeranno le indicazioni della Commissione Europea contenute nel documento "Best practice – a method for dissemination and implementation of project results".

Il sito dovrà contenere le seguenti sezioni:

- 1) Informazioni sul progetto le sue finalità specifiche, le azioni previste e i risultati attesi, il partenariato di progetto ed i co-finanziatori.
- 2) Tutti i contatti utili per comunicare con lo staff del progetto (Tel. e-mail, fax e indirizzo);
- 3) Informazioni sull'iniziativa "*Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione*";
- 4) Documenti e materiali informativi prodotti durante il progetto, inclusi video e brochure elettronica;
- 5) Link con altri siti di rilevanza e interesse.

OBIETTIVO

Il sito, che viene costantemente aggiornato con il procedere del progetto, agisce come una sorta di "vetrina" del progetto, nella quale tutte le informazioni ad esso relative sono disponibili ed

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

accessibili in tempo reale. Pertanto fornisce informazioni sia per esperti che per il pubblico generale e rappresenta un utile strumento di cooperazione e scambio tra il progetto e l'esterno. In tal modo intende porre le basi per la costituzione di una rete virtuale il cui obiettivo sia condividere buone pratiche, avanzare proposte sulla tematica affrontata dal progetto, anche dopo la fine delle attività progettuali. L'indirizzo web sarà indicato in tutti i rapporti di attività.

CARATTERISTICHE GRAFICHE ED INFORMATICHE

Utilizzando la linea grafica scelta per l'immagine coordinata, conterrà le principali informazioni inerenti al progetto **MAPPER** attraverso l'utilizzo di una struttura ad albero semplice e snella. Permetterà una navigazione veloce e consentirà di monitorare gli accessi, i download, le pagine più visitate.

TARGET

Il target group è composto da attori, sia interni, sia esterni, ovvero da tutti i soggetti che in modo diretto o indiretto sono interessati alle tematiche del progetto: enti pubblici e privati gestori di resort turistici, ricercatori, professionisti, aziende, pubblico generale, enti locali e pro loco, associazioni di promozione del territorio, tecnici, operatori economici del settore turistico, etc.

RESPONSABILE

Area Blu è responsabile della produzione e gestione del sito web e dell'analisi delle diverse proposte grafiche fatte dal consulente esterno, approvandone la versione finale.

TEMPISTICA E DURATA DELL'INTERVENTO

A partire dal **31/03/2023** è reso disponibile online il sito ufficiale del progetto che viene arricchito gradualmente con le informazioni, i documenti e le attività via via realizzati. Il sito web viene realizzato tramite un CMS (Content Management System – Sistema di Gestione dei Contenuti) di tipo OPEN SOURCE che consente la pubblicazione dei contenuti da parte di redattori privi di specifiche competenze nel linguaggio HTML. Le statistiche, a partire da quando il sito ha raggiunto un numero significativo di pagine e oggetti, vengono realizzate tramite lo strumento Google Analytics, in grado di fornire elaborazioni ben più complesse del

POR CAMPANIA FESR 2014/2020

Asse Prioritario 3 - Competitività del sistema produttivo

Obiettivo Specifico 3.1 Rilancio della propensione agli investimenti del sistema produttivo

Azione 3.1.1 Aiuti per gli investimenti in macchinari, impianti e beni intangibili e accompagnamento dei processi di riorganizzazione e ristrutturazione aziendale

Sostegno alle MPMI campane nella realizzazione di progetti di trasferimento tecnologico e industrializzazione

semplice conteggio degli accessi. Un sistema di parole chiave garantisce il posizionamento del sito nei motori di ricerca senza ricorrere a strumenti di promozione a pagamento.

Il sito web funge e fungerà inoltre da strumento di lavoro per il team operativo grazie alla presenza di una sezione nella quale si trovano un forum, un'area news e uno strumento per lo scambio e la condivisione di files tra gli utenti registrati.

L'implementazione durerà per tutta la durata del progetto e il sito sarà mantenuto per almeno 3 anni dopo la fine del progetto.

AMPIEZZA DEL RAGGIO DI COMUNICAZIONE

La natura di questo strumento di comunicazione consente di raggiungere un pubblico molto vasto ed eterogeneo a livello regionale, nazionale ed internazionale.

MAPPER - MAPpe online e mappe tattili 3D PER innovare le modalità di fruizione turistica e dei beni culturali



WEBINAR

DESCRIZIONE

Prima della conclusione del progetto, saranno organizzati 2 webinar nel corso dei quali verranno illustrati gli interventi realizzati ed i risultati ottenuti con il presente progetto **MAPPER**. Al webinar saranno invitati vari stakeholder e responsabili di altri progetti simili. Inoltre verranno invitati decision-maker ed associazioni che operano sulle tematiche oggetto del progetto.

Al termine di **MAPPER** si ritiene opportuno prevedere un momento di incontro e di confronto per verificare l'efficacia delle azioni in esso svolte. Si potranno così individuare i nuovi obiettivi per il futuro e le nuove linee di indirizzo per il proseguimento di una valida azione di sfruttamento dei risultati progettuali.

OBIETTIVO

Disseminazione ad un vasto pubblico a livello locale, nazionale ed internazionale e valutazione dei risultati progettuali, nonché elaborazione di proposte di *follow up*. L'azione è necessaria per una condivisione a scala regionale e nazionale delle esperienze in corso non solo delle azioni di progetto e del loro progresso, ma anche del contesto nel quale si stanno svolgendo. Vanno ulteriormente rafforzate le attività di raccolta dei dati e lo scambio efficace di informazioni, che dovranno essere maggiormente utilizzate per l'elaborazione delle politiche e l'adozione delle decisioni. L'azione è stata concepita per aumentare lo scambio tecnico e scientifico anche a livello internazionale.

TARGET

Il webinar si propone di coinvolgere rappresentanti dei principali stakeholder. Si auspica, tuttavia, anche la partecipazione di esponenti del mondo scientifico così come una buona coverage da parte del mondo dell'informazione/comunicazione.

RESPONSABILE

Area Blu

TEMPISTICA E DURATA DELL'INTERVENTO

I 2 eventi saranno realizzati online entro il **15/07/2023**.

AMPIEZZA DEL RAGGIO DI COMUNICAZIONE

Livello territoriale, nazionale ed internazionale

RAPPORTO FINALE

DESCRIZIONE

A fine progetto verrà prodotto un rapporto divulgativo finale di 2-3 pagine (assimilabile ad un Layman Report), sia in formato cartaceo che elettronico e verrà stampato in 300 copie. Il rapporto sarà diffuso nell'ambito regionale e nazionale e verrà reso disponibile in formato pdf sul sito internet del progetto. L'azione sarà realizzata a partire dal penultimo trimestre.

OBIETTIVO

L'azione è necessaria per rendere disponibile un documento che in modo semplice, ma efficace e completo illustri gli obiettivi del progetto e i suoi risultati ad un vasto pubblico.

TARGET

Addetti ai lavori e pubblico generale

AMPIEZZA DEL RAGGIO DI COMUNICAZIONE

Ambito regionale e nazionale.

COMUNICATI STAMPA

DESCRIZIONE

Durante l'intera durata del progetto saranno realizzati comunicati stampa per diffondere informazioni sul progetto riguardanti le attività svolte, i risultati ottenuti, etc. In particolare, tali comunicati saranno promossi a livello territoriale in concomitanza con specifiche attività progettuali, come l'avvio del progetto, incontri locali ecc, con l'obiettivo di raggiungere sia un ampio pubblico generale che un pubblico specializzato. Dovranno pertanto essere stabilite le attività in grado di stimolare l'attenzione della stampa locale e dell'editoria specializzata sulla realizzazione delle fasi di progetto previste.

OBIETTIVO

Diffondere a livello territoriale informazioni sul progetto e in merito a specifici aspetti ed attività progettuali; Offrire un'informazione chiara sulle attività del progetto da realizzare; stimolare la partecipazione degli attori locali negli incontri previsti; Diffondere l'informazione tecnica sul progetto in alcune rinomate pubblicazioni specializzate di importanza nazionale ed europea. In particolare si prevede di realizzare 5 comunicati stampa.

TARGET

Addetti ai lavori e pubblico generale

TEMPISTICA E DURATA DELL'INTERVENTO

I comunicati stampa saranno realizzati durante l'intera durata del progetto, in concomitanza con particolari attività progettuali.

AMPIEZZA DEL RAGGIO DI COMUNICAZIONE

Ambito regionale e nazionale.

INDICATORI DI PERFORMANCE E 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. 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.

Brochure:

- ~ N. copie stampate
- ~ N. copie distribuite

Webinar:

- ~ N. utenti iscritti
- ~ N. Newsletter inviate
- ~ N. News pubblicate

Web Site:

- ~ N. Accessi (totali e mensili)
- ~ N. Download di materiale informativo e divulgativo
- ~ Pagine più visitate

Report finale:

- ~ N. di download del report
- ~ N. di feedback

Indicatori generali:

- ~ N. di persone/enti contattati/intercettati tra tecnici, professionisti, imprese, enti pubblici, università, studenti etc.
- ~ N. mailing list prodotte
- ~ N. personale interno e esterno (esperti) coinvolto