



una scelta comune

LIFE09/ENV/IT/000056



Il progetto è realizzato con il contributo finanziario del Programma LIFE della Commissione Europea

Acronimo del progetto **W.I.Z.**
Project Acronym

Titolo completo del progetto **WIZ – WaterIZE spatial planning: encompass future drinkwater management conditions to adapt to climate change**
Project Full Title

Numero del progetto **LIFE09 ENV/IT/000056**
Project No

No. Deliverable **D15.1**

WIZ - Linee Guida per la comunicazione

Communication guidelines for WIZ

Mese/Month – Anno/Year
Gennaio 2011/January 2011

Partner di progetto/Project Partner



Capofila/Main Contractor

Acque S.p.A.

Sede Legale: Via Garigliano, 1

I - 50053 EMPOLI - IT

Sede operativa: Via A. Bellatalla, 1

I - 56121 Ospedaletto (PI)

<http://www.acque.net>

Autorità di bacino

Via dei Servi, 15

I - 50122 FIRENZE - IT

<http://www.adiba.it>

Ingegnerie Toscane S.r.l.

Via di Villamagna, 90

I - 50126 Firenze

Via A. Bellatalla, 1

I - 56121 Ospedaletto (PI)

<http://www.acque.net>

Instituto Tecnológico de Galicia

PO.CO.MA.CO Sector I Portal 5

ES - 15190 A Coruña - Galicia -

ESPAÑA

<http://www.itg.es>

Informazioni sul documento/Document Information

Project/Progetto	
Acronimo del progetto/ Project Acronym	<i>W.I.Z.</i>
Titolo completo del progetto/Project Full Title	<i>WIZ – WaterIZe spatial planning: encompass future drinkwater management conditions to adapt to climate change</i>
Data di avvio/Project start:	<i>01/09/10</i>
Durata del Progetto/Project duration:	<i>36 mesi</i>
Contratto no/Grant agreement no.:	<i>LIFE09 ENV/IT/000056</i>
Document	
No Deliverable/Deliverable No:	<i>D15.1</i>
Titolo del Deliverable/Deliverable title:	<i>D15.1 Communication guidelines for WIZ</i>
Data contrattuale del Deliverable/ Contractual Date of Delivery:	
Data di consegna del Deliverable/Actual Date of Delivery:	<i>31/01/2011</i>
Editore(i)/Editor(s):	<i>ACQSPA</i>
Autore(i)/Author(s):	<i>ACQSPA + Studio Noé</i>
Revisore(i)/Reviewer(s):	
Partner/Partner(s):	<i>ACQSPA</i>
No Work package/Work package no.:	<i>AZIONE #15</i>
Titolo Work package /Work package title:	<i>Creazione degli strumenti per la disseminazione (Creation of a workbench for dissemination)</i>
Leader del Work package/ Work package leader:	<i>ACQSPA</i>
Distribuzione/Distribution (Public/Reserved):	<i>Public</i>
Natura/Nature (Report, ...):	<i>Program</i>
Versione-Revisione/ Version-Revision:	<i>3c</i>
Bozza-Definitivo /Draft-Final	<i>Final</i>
No di pagine (inclusa copertina)/ Total number of pages: (including cover)	<i>46</i>
Parole chiave/ Keywords:	<i>W.I.Z., Deliverable</i>

Revisioni/Change Log

Motivo della revisione/Reason for change	Argomento della revisione/Issue	Numero della Revisione/Revision	Data della Revisione/Date

Esonero Responsabilità/Disclaimer

Questo documento contiene descrizioni che riguardano le attività, i risultati e i prodotti del Progetto WIZ. Alcune sue parti potrebbero essere tutelate sotto Diritto di Proprietà Intellettuale (IPR).

Per questo motivo vi chiediamo di contattare il Consorzio WIZ prima di utilizzarlo (e.mail: o.cei@acqueingegneria.net).

Se ritenete che questo documento sia in qualsiasi modo lesivo dei diritti di proprietà intellettuale di vostro possesso – come persona o come rappresentante di un organizzazione – informateci tempestivamente.

Gli autori di questo documento hanno preso tutte le misure disponibili possibili per far sì che il suo contenuto sia accurato, consistente e legale. Tuttavia, né il partenariato nel suo insieme, né i singoli partner che direttamente o indirettamente abbiano preso parte alla creazione e alla pubblicazione di questo documento sono responsabili per qualsiasi cosa possa accadere come risultato del suo utilizzo.

Questa pubblicazione è stata realizzata grazie al contributo dell'Unione Europea. Il consorzio WIZ è il solo responsabile del contenuto di questa pubblicazione che non riflette necessariamente il pensiero dell'Unione Europea. WIZ è parzialmente finanziato dall'Unione Europea (Life+ Programme).

This document contains description of the WIZ project findings, work and products. Certain parts of it might be under partner Intellectual Property Right (IPR) rules so, prior to using its content please contact the consortium head for (e.mail: o.cei@acqueingegneria.net).

In case you believe that this document harms in any way IPR held by you as a person or as a representative of an entity, please do notify us immediately. The authors of this document have taken any available measure in order for its content to be accurate, consistent and lawful. However, neither the project consortium as a whole nor the individual partners that implicitly or explicitly participated the creation and publication of this document hold any sort of responsibility that might occur as a result of using its content.

This publication has been produced with the assistance of the European Union. The content of this publication is the sole responsibility of WIZ Consortium and can in no way be taken to reflect the views of the European Union.

WIZ is a project partially funded by the European Union.

Indice

W.I.Z.	1
WIZ – WaterIZe spatial planning: encompass future drinkwater management conditions to adapt to climate change	1
LIFE09 ENV/IT/000056.....	1
Communication guidelines for WIZ.....	1
Partner di progetto/Project Partner	2
Informazioni sul documento/Document Information	3
Project/Progetto	3
Document	3
Revisioni/Change Log.....	4
Esonero Responsabilità/Disclaimer	5
Indice	6
Lista delle tabelle	8
Sommario esecutivo	9
1 Introduzione	11
2 Presentazione del progetto.....	11
3 Obiettivi e strategia di comunicazione e disseminazione	13
4 Contenuti e messaggi base	14
5 Ruolo del partenariato	15
5.1 Condivisione dell’approccio	15
5.2 Contributi del partenariato	16
6 Comunicazione interna e comunicazione esterna	16
6.1 Comunicazione interna	17
6.1.1 La comunicazione quotidiana	17
6.1.1.1 Email	17
6.1.1.2 Semantic mediawiki interno	17
6.1.1.3 Chiamate VoIP	18
6.1.1.4 Chiamate telefoniche e messaggistica	18
6.1.2 Incontri e meeting tra i partner	18
6.1.2.1 Meeting	18
6.1.3 Comunicazione diretta alla diagnosi precoce.....	18
6.2 Comunicazione esterna	20
6.2.1 Target audience	20
6.2.1.1 Audience principale	20
6.2.1.1.1 Cittadini	21
6.2.1.1.2 Pianificatori e decision maker.....	22
6.2.1.1.3 Specialisti di analisi, modellazione e previsione	22
6.2.1.2 Audience secondaria	23
7 Matrice di comunicazione	24
8 WIZ: identità visuale e messaggi chiave	28
8.1 Logo di progetto e colori	28
8.2 Template.....	29
8.3 Requisiti obbligatori	29
9 Piano delle attività di comunicazione	31
9.2 Strumenti	31
9.2.1 Web site.....	31

9.2.2 Newsletter	35
9.2.3 Dibattiti e attività di rete	36
9.2.4 Link e connessioni con altri progetti	36
9.2.5 Presentazioni digitali (Mediawork, podcasting e streaming)	36
9.2.6 Fotografie.....	37
9.2.7 Eventi (Workshop, Conferenze)	37
9.2.8 Comunicati stampa.....	38
9.2.9 Conferenze stampa.....	38
9.2.10 Interviste Radio/TV	38
9.2.11 Poster session	39
9.2.12 Materiale di promozione: manifesti, locandine, leaflet	39
9.2.13 Articoli a riviste specializzate (cartacee ed elettroniche)	40
9.2.14 Pannelli esplicativi (Notice Board)	40
9.2.15 Layman’s Report.....	40
9.2.16 After-LIFE Communication Plan.....	41
9.3 Metriche	41
9.3.1 Workshop, seminari e conferenze	41
9.3.2 Media ed altri mezzi di comunicazione e disseminazione	41
9.3.3 Pubblicazioni.....	42
9.3.4 Piano degli indicatori di riferimento principali per fase ed azione ...	43
10 Conclusioni	45
11 Allegati	46

Lista delle tabelle

Tab. 1: Schemi di comunicazione interna	19
Tab. 2: Matrice di comunicazione	28
Tab. 3: Piano degli indicatori di riferimento principali per fase ed azione	44
Tab. 1 - Titolo della tabella.....	47

Sommario esecutivo

Questo documento presenta le Linee Guida ed il Piano di Comunicazione per il progetto WIZ. Formalmente coincide con il deliverable **D15.1 Communication guidelines for WIZ**.

La responsabilità del deliverable è del partner ACQSPA che si è avvalso della collaborazione di un fornitore esterno esperto e dei pareri del Comitato Politica e Comunicazione, uno dei tre comitati consultivi e di monitoraggio del Progetto WIZ. Il Comitato è stato tenuto al corrente dal Capo progetto rispetto alle attività di comunicazione, in parte delegate all'esterno ad un primo fornitore selezionato attraverso meccanismi di offerta competitiva.

Le indicazioni che seguono saranno utilizzate come riferimento per tutte le attività di comunicazione e disseminazione e contengono l'esplicitazione di obiettivi, target, messaggi chiave, strumenti e modelli. Sono inoltre incluse le modalità per misurare il successo delle azioni di disseminazione.

Il documento è di uso pubblico e sarà reso disponibile sul portale di progetto sia per i lettori interni (partner, collaboratori) sia per i lettori esterni al progetto. Questo documento verrà periodicamente aggiornato con l'ausilio di report specifici sulle azioni di disseminazione destinati a confluire nella reportistica obbligatoria di progetto.

Il documento non tratta delle caratteristiche degli strumenti elettronici, compresi i dati territoriali, che sono prodotti nel contesto del progetto e che saranno utilizzati per le piattaforme di progetto (anch'esse strumento di comunicazione). Tali caratteristiche saranno specificate nella documentazione specifica a corredo degli strumenti stessi: si ricorda tuttavia che essi devono essere conformi alla direttiva 2007/2/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 14 marzo 2007, che istituisce un'Infrastruttura per l'informazione territoriale nella Comunità europea (INSPIRE) e che in ogni caso devono rispettare le regole comunitarie in materia di comunicazione e disseminazione come previsto dal Grant Agreement e dall'art. 12 dei Consortium Agreement siglati tra i partner.

Il documento è così organizzato

Capitolo 1 – Introduzione - Presenta gli elementi fondamentali del documento e una breve sintesi del Progetto WIZ

Capitolo 2 – Strategia di comunicazione e disseminazione – Presenta obiettivi di comunicazione, ruoli dei partner, target di comunicazione e sinergie, i messaggi chiave e l'identità visuale.

Capitolo 3 – Identifica le attività che saranno portate avanti per far crescere la consapevolezza tra le comunità di utenti (enti pubblici, professionisti, cittadini), per promuovere la piena conoscenza del progetto e la partecipazione.

Commenti e suggerimenti possono essere inviati al capo progetto Ing. Oberdan Cei all'indirizzo di posta wiz@wiz-life.eu

Capitolo 1

1. Introduzione

Il D15.1 - Linee Guida ed il Piano di Comunicazione per il progetto WIZ (**D15.1 Communication guidelines for WIZ.**) rappresenta uno dei risultati fondamentali dell’Azione 15.

Questo documento verrà periodicamente aggiornato con l’ausilio di report specifici sulle azioni di disseminazione destinati a confluire nella reportistica obbligatoria di progetto.

Scopo principale è la promozione del progetto WIZ ad una platea più ampia, in particolar modo tra contributori diretti ed utilizzatori dei risultati e dei prodotti del progetto.

Il documento è inteso come un report *vivo* che potrà essere continuamente arricchito con i risultati raggiunti dal progetto e i contributi di tutti i partner. Nel documento saranno affrontate anche le questioni legate alla comunicazione interna al gruppo di partenariato.

Le linee guida sono state sviluppate per garantire che le azioni di comunicazione del progetto WIZ includano gli elementi fondamentali destinati ad accrescere la sensibilizzazione al tema di target specifici e generali sulla ragione del progetto e sul supporto comunitario, così come a rendere visibili i risultati e gli impatti di questo sostegno.

Coprono principalmente l’identità visuale e scritta del progetto e definiscono i requisiti e le indicazioni per *briefing*, materiali a stampa, comunicati, presentazioni, ed ogni altro strumento utilizzato.

Inoltre offrono strumenti per rendere possibile lo sviluppo di una strategia di comunicazione dinamica nonché i requisiti obbligatori per tutti i partner e i fornitori.

In tutti gli altri casi il manuale è pensato per offrire una guida se non altrimenti stabilito. In ogni caso le regole previste dal contratto con la Commissione prevalgono.

2. Presentazione del progetto

WIZ – WaterIZE spatial planning: encompass future drinkwater management conditions to adapt to climate change (“Acquifichiamo” la pianificazione territoriale: includere le condizioni future di gestione dell’acqua potabile per adattarsi al cambiamento climatico) – **LIFE 09 ENV/IT/000056** è un progetto innovativo che dimostra come si possa tener conto delle condizioni e disponibilità futura di acqua quando si fanno scelte di pianificazione territoriale, urbanistica e - per i cittadini, scelte di vita. Con WIZ i Comuni, le Province e tutti coloro che si occupano di pianificazione territoriale e urbanistica possono prendere le proprie decisioni potendo consultare le informazioni relative alla stima dei fabbisogni e disponibilità di acqua potabile, ai confronti fra scenari di insediamento e scenari climatici, alle stime dei costi delle infrastrutture idriche.

Grazie ai servizi WIZ ogni cittadino può trovare su Internet l'informazione sulla disponibilità (attuale e futura) di acqua potabile in un punto preciso, per esempio il luogo in cui vuole andare ad abitare: WIZ è infatti collegato con i sistemi informativi territoriali degli enti.

Gli enti regolatori e i gestori del servizio idropotabile (tra cui il Beneficiario Coordinatore del progetto, Acque Spa) sono attori di primo piano coinvolti in WIZ perché operano nell'incrocio tra gli interessi di proteggere la risorsa, di fornire abbastanza acqua potabile di buona qualità, di gestire il servizio in modo economicamente percorribile, di rispondere ai bisogni dello sviluppo socioeconomico: grazie a WIZ migliorano la qualità e fondatezza delle loro decisioni.

I professionisti e le comunità interessate possono utilizzare, rielaborare e migliorare i servizi WIZ, che saranno predisposti con tecnologie aperte. Infine, la comunità della ricerca e sviluppo tecnologico coinvolta da WIZ include specialisti settoriali che gettano un ponte tra la ricerca applicata e l'implementazione tempestiva di soluzioni avanzate.

I partner che realizzano il progetto sono: **Acque Spa** (Pisa), Beneficiario coordinatore; **Autorità di Bacino del Fiume Arno** (Firenze), **Ingegnerie Toscane Srl**¹ (Firenze), **Fundación Instituto Tecnológico de Galicia** (A Coruña, Spagna).

L'investimento complessivo è di **€ 1,896,540**; il contributo **LIFE+** della Commissione europea è di € 942,370.

WIZ ha una durata di 36 mesi (01/09/2010 - 30/08/2013).

() Il termine "Waterize" (e la sua traduzione italiana "Acquifichiamo") è un neologismo inventato ad hoc per il progetto.*

¹ Ingegnerie Toscane è il soggetto nato nel dicembre 2010 dalla fusione di Acque Ingegneria con Publiacqua Ingegneria ed ha assunto gli obblighi del partner inizialmente previsto nella proposta progettuale.

Capitolo 2

3. Obiettivi e strategia di comunicazione e disseminazione

Il progetto WIZ ha come obiettivo generale l'integrazione della protezione e gestione sostenibile dell'acqua nei processi di pianificazione urbanistica e dell'ambiente edificato in generale tenendo conto degli impatti del cambiamento climatico.

Per la sua stessa natura, il progetto ha una forte componente "comunicativa" dato che si prefigge tra gli altri traguardi, quello di aumentare la consapevolezza e la partecipazione pubblica coinvolgendo cittadini e imprese alla gestione partecipata (*governance*) dell'acqua, sostenendo l'istituzionalizzazione di questo schema, favorendo approcci deliberativi, ma anche normativi o procedurali.

WIZ è diretto principalmente ai processi decisionali pubblici, per incrementare l'abilità dei decisori politici sia nel valutare il potenziale impatto delle loro scelte sia nel rispondere in modo reattivo alle richieste dei cittadini. Il livello di istituzionalizzazione del metodo WIZ nella pianificazione territoriale e nella politica locale è la principale misura del suo successo.

Di conseguenza i **principali obiettivi di comunicazione e disseminazione** sono:

- diffondere informazioni e accrescere il coinvolgimento degli stakeholder principali nella *governance* dell'acqua
- promuovere la partecipazione concreta degli enti locali e dei decisori politici nella analisi di lungo termine sulla gestione dell'acqua potabile all'interno della pianificazione territoriale
- incoraggiare all'uso degli strumenti che verranno creati (le piattaforme per i pianificatori e per i cittadini)
- stabilire legami con altri progetti nazionali ed europei e accrescere la cooperazione con iniziative analoghe
- favorire nuove sinergie e opportunità di collaborazione tra i partner del progetto stimolando e consolidando in particolar modo la collaborazione transnazionale.

La **strategia di comunicazione** di WIZ è collegata alla necessità di definire come raggiungere obiettivi e target.

A seconda del target che verrà affrontato, la strategia adottata potrà largamente variare passando da un approccio formale ad uno informale, da un approccio divulgativo/informativo ad uno specialistico/professionale, verticalmente definito o ampio, seguendo le necessità che si sviluppano nel corso della vita del progetto, delle azioni e del target che dovrà essere raggiunto.

Attività diverse potranno essere appropriate in momenti diversi del ciclo di

progetto. In ogni evento le attività di comunicazione dovranno focalizzarsi sull'impatto dell'azione non tanto su *milestone* amministrative o procedurali. Sarà sviluppata una rete integrata di comunicazione multimediale che coinvolgerà i partner ad altre istituzioni sul territorio, definendo ruoli e flussi di informazione diversi.

Con questo approccio si intende percorrere l'ipotesi operativa che la strategia non sarà definita univocamente ed una volta per tutte ma sarà per quanto possibile ed utile aggiornata sulla base delle esperienze maturate, dei risultati, degli errori e di nuovi eventi.

Nel decidere la strategia da adottare, il consorzio WIZ ha ritenuto importante identificare innanzitutto un messaggio trasversale e indifferenziato che potesse rendere comunque riconoscibile qualunque iniziativa indipendentemente dal target alla quale fosse diretta (cfr. sezione *WIZ: identità visuale e messaggi chiave*).

Per rafforzare l'impatto e consolidare l'efficacia della comunicazione, i partner e gli esperti esterni concordano tuttavia sulla necessità di una strategia maggiormente differenziata che preveda messaggi diversi sulla base dei target da raggiungere in ciascuna fase e/o attività del progetto.

D'altro canto alcune delle azioni disegnate nel progetto sono già rivolte "separatamente" a target diversi: il grande pubblico (Azione 16), i pianificatori (Azione 17), gli specialisti di analisi, modellazione e previsione (Azione 18).

Il bilanciamento tra una strategia indifferenziata ed una strategia maggiormente differenziata rappresenta la chiave di volta del potenziale successo della comunicazione.

Di conseguenza, sulla base della scelta della strategia più adatta, lo **stile comunicativo** potrà essere indirizzato tra:

- uno stile informativo dove chi comunica è neutrale rispetto al messaggio. Offre solo informazioni utili su eventi, notizie e scadenze
- uno stile maggiormente "educativo" in cui chi comunica deve essere capace di formare il ricevente sul contenuto del messaggio
- uno stile di confronto dove chi comunica cerca di coinvolgere nel dialogo alla pari potenziali interessati per accrescere l'informazione sul contenuto del messaggio
- un mix delle categoria precedenti.

4. Contenuti e messaggi base

Una volta che obiettivi, strategie e gruppi target sono definiti i **contenuti e i messaggi** varieranno sulla base dei bisogni.

E' infatti fondamentale decidere quali siano i valori e le informazioni che si intendono comunicare in modo che essi siano coerenti con contenuti chiari, espliciti e veritieri.

In tal modo è possibile veicolare un messaggio chiaro e rilevante rispetto all'audience dove messaggi complessi sono scomposti in messaggi più semplici e diretti destinati a sottolineare i benefici dell'approccio WIZ e a coinvolgere

nell'azione in maniera diretta. In riferimento ai principi di accessibilità, il messaggio deve raggiungere tutti i target a cui è rivolto per essere compreso senza alcuna fatica.

Il pay off di WIZ, *Un bene comune*, è visibile, chiaro e facilmente identificabile (cfr. sezione *WIZ: identità visuale e messaggi chiave*). La sua validità dipende dalla possibilità di essere agilmente adattato a forme e a strumenti di comunicazione diversi.

L'originalità derivante dal tratto pittorico aiuta a catturare l'audience e a crescere la visibilità

Nel comunicare il concetto del "Bene Comune", sono stati tenuti in considerazione i seguenti criteri:

- **semplicità**, eliminando qualsiasi informazione secondaria non necessaria
- **coerenza**, mantenendo un messaggio forte di fondo per garantire un effetto moltiplicatore anche a fronte di target diversi.

5. Ruolo del partenariato

Acque, beneficiario del progetto è responsabile del pacchetto delle azioni di comunicazione e disseminazione.

L'Autorità di bacino è responsabile dell'Azione 18 - Azioni di comunicazione mirata: WIZ per specialisti di analisi, modellazione e previsione.

Gli altri partner Ingegnerie Toscane e Istituto Tecnologico di Galizia parteciperanno attivamente a tutte le azioni.

5.1 Condivisione dell'approccio

Al fine di migliorare il coordinamento dell'approccio per le attività di comunicazione, i partner di WIZ hanno previsto la creazione di un **Comitato Politica e Comunicazione** (Policy and Communication Committee) con compiti consultivi e di monitoraggio. I compiti del Comitato sono soprattutto quelli di sovrintendere alle attività di istituzionalizzazione e al dialogo con gli stakeholder principali, monitorando i risultati conseguiti, verificando la consistenza, i contributi e la trasferibilità delle attività. Il Comitato è composto da 6 membri provenienti dallo staff dei partner e si riunisce in presenza o in video e/o audio conferenza, sulla base di calendari autonomamente decisi e concordati tra i membri, almeno a scadenze trimestrali. Sono tuttavia favorite, per quanto possibile, modalità di lavoro remoto (via mail e portale interno di progetto), anche per la stesura di documenti condivisi.

Il Comitato Politica e Comunicazione è costantemente tenuto al corrente dal Capo progetto rispetto alle attività di comunicazione, anche quelle delegate all'esterno alle strutture specialistiche selezionate attraverso meccanismi di offerta competitiva.

Il Project Manager può richiedere la presenza dei membri del Comitato nel corso degli Steering Committee o di altre occasioni interne di collaborazione tra lo staff di progetto.

5.2 Contributi del partenariato

Indipendentemente dalle responsabilità formali, tutti i partner di progetto contribuiscono alle attività di comunicazione e disseminazione attraverso la produzione di documenti che vengono resi disponibili sul sito web pubblico o su quello privato di progetto. Per quanto concerne la comunicazione interna (v. oltre) i partner documentano regolarmente e condividono il loro lavoro attraverso il wiki interno di progetto che alimenta anche eventuali comunicati stampa. Sul fronte esterno ciascuno supporta l'azione di comunicazione presentando il progetto in tutte le occasioni possibili.

Per coinvolgere maggiormente lo staff dei partner al fine di permettere di rendere ciascun soggetto *testimonial* del progetto verso la comunità, nelle prime fasi di avvio del progetto è stato organizzato un Team building seminar che oltre ad aver avuto il compito di approfondire la conoscenza tra le strutture coinvolte ha contribuito a rendere il personale maggiormente consapevole di tutti gli aspetti e i benefici derivanti dall'attuazione del progetto WIZ.

Il beneficiario, Acque Spa, rappresenta la comunità dei gestori ed ha molte opportunità di disseminare informazione e distribuire materiali sul progetto attraverso il suo sito Web ma anche attraverso la distribuzione di informazioni e news mirate in bolletta, la partecipazione ad eventi e i collegamenti con altri progetti ed iniziative.

L'Autorità di Bacino, per il ruolo istituzionale che ricopre è naturale veicolo sia verso altri organismi nazionali ed europei con compiti analoghi.

Ingegnerie Toscane e Istituto Tecnologico di Galizia raggiungono agilmente professionisti ed esperti attraverso gruppi di lavoro e pubblicazioni mirate.

Tre dei quattro partner coinvolti hanno per altro già esperienze nella comunicazione di un progetto di livello comunitario.

Inoltre, gli strumenti e gli uffici della comunità europea e del Team di monitoraggio (Astrale GEIE) del Team di comunicazione (AEIDL) contribuiscono in maniera fondamentale alle azioni di disseminazione attraverso comunicati stampa, notiziari, materiali cartacei e multimediali e pubblicazioni web.

6. Comunicazione interna e comunicazione esterna

In WIZ sono presenti **due diversi circuiti di comunicazione**.

Il primo è quello della **comunicazione interna** del progetto; il secondo – decisamente più ampio e complesso – è quello della **comunicazione esterna** verso e con tutti gli stakeholder.

Oltre alla comunicazione del progetto verso l'interno, questo documento descrive quindi brevemente anche le scelte e le attività dei partner rispetto alla comunicazione interna.

6.1 Comunicazione interna

La disseminazione interna al progetto è fondamentale per WIZ anche se le strutture che sono coinvolte nel partenariato – fatta eccezione per il socio straniero ITG – hanno costanti e naturali relazioni tra di loro. Questa dimensione è infatti assolutamente critica soprattutto per permettere che non vi siano disallineamenti e messaggi ambigui verso l'esterno dato che alcune attività delicate e sostanziali come il coinvolgimento degli stakeholder riguardano tutti i partner a diverso titolo e in diversi momenti delle attività di progetto.

La comunicazione interna è fondamentale per raggiungere gli obiettivi di progetto. Per tale ragione è diffusa su più livelli: il primo livello è quello della comunicazione quotidiana; il secondo è quello rappresentato da incontri e meeting tra i partner per discutere argomenti maggiormente complessi; l'ultimo livello è quello della comunicazione diretta alla diagnosi precoce in caso dell'insorgere di problemi interni.

6.1.1 La comunicazione quotidiana

La comunicazione quotidiana viene veicolata attraverso molteplici strumenti, che sono utilizzati in relazione alle caratteristiche della comunicazione. Per esempio (elencati in ordine di frequenza d'uso):

- email
- semantic mediawiki interno
- chiamate VoIP
- chiamate telefoniche e messaggistica

6.1.1.1 Email

L'utilizzo della comunicazione via mail deriva dal fatto che è un tipo di comunicazione che con una spesa minima permette di veicolare un gran numero di informazioni. Oltre all'utilizzo delle mail personali da parte dello staff coinvolto (i cui indirizzi sono resi noti sul portale interno), è stato creato un indirizzo email del progetto WIZ@WIZ-LIFE.EU (accessibile tramite webmail ai responsabili dei partner) al quale inviare in copia i messaggi rilevanti che devono essere tracciati.

Questo indirizzo email viene utilizzato anche per veicolare alcune fondamentali informazioni verso l'esterno e per gestire automatismi diversi (per esempio quelli provenienti dai portali).

6.1.1.2 Semantic mediawiki interno

L'area privata del sito web di progetto (v.oltre) include le sezioni e i servizi il cui accesso è riservato agli utenti appartenenti alle (o autorizzati dalle) organizzazioni partner del progetto WIZ (Beneficiario coordinatore e beneficiari associati).

La comunicazione è diretta a supportare lo stato di avanzamento (e quindi il monitoraggio delle azioni del progetto) nonché la stesura condivisa di

documentazione e reportistica oltre agli upload e download di oggetti digitali e materiali multimediali.

A seconda della funzione necessaria – nel rispetto dei diritti di proprietà intellettuale e dei termini di servizio che di volta in volta si presenteranno – è predisposto l'accesso a servizi.

6.1.1.3 Chiamate VoIP

Alcuni tools VoIP sono utilizzati per comunicare in particolar modo con il partner spagnolo. La ragione è che sono strumenti (come per esempio Skype) che consentono un generale risparmio di costi ma che soprattutto permettono anche la possibilità di conferenze e di chat tra più soggetti. Tutti i partner hanno un livello informatico tale da garantire una certa dimestichezza con queste tecnologie.

6.1.1.4 Chiamate telefoniche e messaggistica

Naturalmente il ricorso al telefono sarà necessario in caso di richieste rapide e in situazioni on-field dove non è possibile prevedere altrimenti.

6.1.2 Incontri e meeting tra i partner

6.1.2.1 Meeting

Sono previsti incontri ufficiali tra i partner di progetto su basi regolari (sia dei Comitati di monitoraggio sia degli Steering Committee).

Si tratta in genere di incontri per discutere i risultati raggiunti in un certo periodo così come per la pianificazione delle attività seguenti. I leader di attività coinvolti sono chiamati a fare un resoconto di quanto accaduto.

Incontri informali avvengono regolarmente anche con brevi preavvisi o sulla base di agende condivise.

Generalmente ciascun incontro produce un report o verbale nel quale vengono descritte le considerazioni e/o le decisioni assunte.

6.1.3 Comunicazione diretta alla diagnosi precoce

Se emergono problemi in corso d'opera che possono potenzialmente generale un pericolo per il buon andamento di progetto, ciascun membro dello staff può riferire al leader di attività che si mette in contatto con il Project Manager il quale cercherà di risolvere eventuali questioni o si incaricherà di farsene portavoce anche presso la Commissione Europea ed il Team di monitoraggio esterno al quale viene chiesto supporto.

Le comunicazioni possono avvenire sulla base di uno schema analogo a quello riportato.

Questo schema di riferimento può essere rivisto sulla base dei bisogni emersi al fine di capitalizzare ogni opportunità di comunicazione.

Comunicazione	Scopo	Audience	Autore	Veicolo/Locazione	Frequenza
Reportistica di progetto	Tenere informati sui progressi del progetto e sulle attività chiave da programmare	Project Manager Steering Committee Comitati di monitoraggio	Leader di attività Staff	Email Aggiornamento del sito di progetto interno	Quindicinale
Monitoraggio	Monitorare i progressi delle task schedate e del livello di spesa, le aree di rischio e l'emergere di problemi	Project Manager/Financial Manager Steering Committee Comitati di monitoraggio	Leader di attività	Email Aggiornamento del sito di progetto interno	Mensile/Trimestrale
Calendari	Tenere informati i partecipanti delle scadenze fondamentali del progetto e supportarli nel mantenere gli impegni previsti	Tutto lo staff di progetto	Leader di attività Project Manager	Email Aggiornamento del sito di progetto interno	Aggiornamento secondo il bisogno

Tab. 1: Schemi di comunicazione interna

6.2 Comunicazione esterna

La comunicazione esterna è il cuore del Piano di comunicazione a partire dalla definizione dei target ai quali ci si rivolge.

6.2.1. Target audience

La segmentazione del target della comunicazione di progetto è stata in parte decisa direttamente al momento della predisposizione della proposta quando i ruoli, gli interessi, le risorse e i problemi dei diversi stakeholder sono stati analizzati nel dettaglio.

Non sono state individuate ulteriori particolari segmentazioni di natura geografica se non quelle naturalmente coincidenti con i target residenti sui territori di esecuzione del progetto (Toscana, Galizia).

Non è stata rilevata la necessità di procedere a nessuna segmentazione particolare di natura socio-demografica o psicografica.

Per la natura delle attività di progetto, una segmentazione naturale è quella basata sull'uso delle piattaforme che verranno sviluppate nel corso del progetto (**WIZ4Planners** e **WIZ4All**): in questo caso i target principali sono rappresentati da un lato dai pianificatori (enti locali in particolar modo) e dall'altro dai cittadini e dalle imprese.

L'utilizzo dei risultati e dei *deliverable* del progetto sarà quindi un primo spartiacque che governerà anche la comunicazione nei confronti dei destinatari. Un'altra naturale segmentazione del target si articola sui diversi vantaggi che i gruppi ricaveranno dal progetto.

6.2.1.1 Audience principale

Parte dell'audience principale interna è rappresentata dai partner di progetto che condividono, ciascuno in rispetto dell'altro, la necessità di avere informazioni sull'andamento delle diverse attività che ciascuno compie, talune delle quali strettamente interconnesse.

Sul versante esterno, la Commissione Europea ed il Team di Monitoraggio fanno parte dell'audience principale per la verifica puntuale dello stato di avanzamento del progetto anche attraverso comunicazioni di tipo obbligatorio. In questo paragrafo tratteremo soprattutto i gruppi principali ai quali si rivolge la comunicazione esterna, che sono:

- Cittadini
- Pianificatori e *decision maker*
- Specialisti di analisi, modellazione e previsione

Strumenti, metodi e materiali di comunicazione sono quindi diretti a raggiungere questi tre principali target e quindi pensati per includere informazioni per loro rilevanti.

In ciascun caso, tuttavia, sono presenti delle parti che contengono informazioni di carattere generale di modo da consentire di sfruttare qualunque occasione per veicolare almeno il messaggio di base del progetto.

L'esempio principale di questa strategia è rappresentato dal sito web che

presenta una home page con le informazioni essenziali che introducono agli elementi del progetto e che è anche l'accesso per le aree delle piattaforme specialistiche e per il dialogo con pianificatori e *decision maker*.

6.2.1.1.1 Cittadini

I cittadini sono il gruppo con la più elevata eterogeneità benché il loro interesse diretto agli strumenti e agli esiti del progetto sia fondamentale.

La piattaforma/servizio WIZ4ALL (WIZ per tutti) è pensato per i cittadini e li coinvolge direttamente, rafforzando la loro capacità di ottenere informazioni sulla disponibilità presente e futura di acqua potabile in relazione allo scenario presente e futuro della pianificazione territoriale e urbanistica e degli effetti del cambiamento climatico.

Alla maggiore eterogeneità coincide per necessità anche un tipo di comunicazione altrettanto eterogenea sia pure con la caratteristica comune di essere chiaramente definita, facile da comprendere, attrattiva.

Un altro elemento che viene preso in particolare considerazione data la natura transnazionale del partenariato è costituito dalla questione linguistica che conduce a diversi bisogni di informazione nei paesi partner (Italia e Spagna). I mezzi principali per raggiungere in prima istanza l'attenzione del pubblico dei cittadini sono rivolti:

- all'uso della Internet (attraverso il sito pubblico e i forum di discussione) dove ha luogo la discussione e dove i cittadini potranno dare un loro contributo, annotare e discutere i bisogni, obiettivi, risultati, linee guida
- ad una serie di eventi a largo respiro (Conferenza di Lancio, una Conferenza di medio termine in Spagna - dal titolo provvisorio di "Conferenza "WIZ per i cittadini e le imprese come uno strumento per il governo dell'acqua"-, Conferenza finale ecc.)
- a materiali di promozione (brochure, manifesti, locandine), newsletter sul web site di WIZ, pannelli disposti nei luoghi in cui il viene realizzato il progetto e in posti strategici accessibili e visibili al pubblico, Layman's Report.

I Media Works (pod-cast, ecc.) saranno sviluppati e resi disponibili sul sito web per spiegare le principali caratteristiche del progetto o disseminare i risultati e le questioni principali trattate negli incontri sul Web.

Tra i canali più tradizionali è previsto il rilascio di comunicati stampa, conferenze stampa e interviste radio-televisive. Le interviste e i video saranno inviate anche sui siti di webcasting (es: YouTube, ePractice).

I cittadini saranno principalmente e direttamente coinvolti attraverso il ricorso a contatti con le associazioni e le organizzazioni della società civile che li rappresentano (associazioni, **associazioni di consumatori, associazioni ambientali**) anche se gli strumenti di comunicazione di WIZ tentano di favorire anche il singolo.

6.2.1.1.2 Pianificatori e decision maker

Le attività rivolte a questo target sono dirette a far conoscere gli strumenti, obiettivi e mezzi di attuazione di WIZ sia al gruppo di coloro che saranno parte della sperimentazione, sia dei gruppi al di fuori delle aree dimostrative di progetto.

I pianificatori e i decision maker sono un gruppo cruciale per la strategia di lungo termine del progetto e per fare in modo che esso abbia il maggiore impatto futuro (istituzionalizzazione).

Le informazioni che sono veicolate a questo gruppo devono focalizzarsi su questioni puntuali. Più di tutti gli altri target questi stakeholder offrono anche un feedback necessario al progetto e sono destinatari principali dei suoi risultati finali e delle sue soluzioni.

In questo caso la comunicazione personale diretta acquisisce un rilievo non indifferente sia pure difficile da prevedere ed orientare.

Il principale obiettivo è comunicare il progetto WIZ per mettere a sistema il fatto che venga considerato come un'opzione e istituzionalizzare i suoi obiettivi.

Le Autorità di Pianificazione Locale mettono insieme i principali interessi in gioco sull'acqua potabile: sviluppo urbanistico e crescita economica, distribuzione dei costi ed equità delle tariffe, costi/benefici presenti rispetto ai costi/benefici futuri, ricerca e gestione del consenso. Per il loro potere di scelta, pianificazione e veto, le Autorità di Pianificazione Locale sono i fattori determinanti del cambiamento auspicato da WIZ e perciò anche un target importante delle attività di disseminazione.

Il modo di coinvolgere questi stakeholder, oltre che attraverso il web site, è maggiormente diretto per mezzo di 2 specifici workshop (v.oltre) nei quali si condividono anche i passaggi principali delle attività preparatorie delle azioni da realizzare dopo la fine del progetto.

Gli workshop sono diretti a dar voce alle autorità di pianificazione locale che hanno adottato WIZ, trasformando questi soggetti in testimonial e promotori verso altre autorità di pianificazione locale.

I mezzi principali per raggiungere in prima istanza l'attenzione dei pianificatori e dei decision maker saranno rivolti all'uso di focus group e tavole rotonde.

Per raggiungere questi stakeholder sono quindi privilegiati i rapporti diretti (liste di contatti sono via via rese disponibili sul portale interno di progetto) fino alla costruzione di una base di conoscenza che può permettere di raccogliere attorno a obiettivi comuni tutti per attività future di rete.

6.2.1.1.3 Specialisti di analisi, modellazione e previsione

Questo target è composto da specialisti specialisti dai quali ci si augura di ottenere un feedback attraverso loro osservazioni e contributi per una ulteriore implementazione di WIZ.

Il principale obiettivo è colmare il gap tra ricerca applicata e implementazione precoce di soluzioni avanzate. Nel progetto sono coinvolti specialisti, ricercatori e innovatori in modo da trasferire loro le nuove domande sorte e il know-how aggiuntivo acquisito durante la realizzazione del progetto.

Questo pubblico viene sollecitato attraverso canali per esso canonici come le pubblicazioni di tipo scientifico su stampa specializzata,

workshop in forma di web-meeting.

I partner del progetto parteciperanno con un *poster-board* ad alcune mostre italiane (es. PromoPA, Dire&Fare) e svilupperanno podcast sul problema affrontato, sulle metodologie adottate e sui risultati ottenuti.

6.1.1.2 Audience secondaria

La definizione di audience secondaria – generalmente utilizzata nella comunicazione – non si attaglia pienamente agli stakeholder dei quali parleremo nel seguito, data la volontà di coinvolgerli comunque intensamente nelle attività del progetto. Di fatto tuttavia questa parte dell’audience è indirizzata soprattutto in coincidenza con attività specifiche e in momenti puntuali dell’esecuzione del progetto.

L’audience secondaria del progetto WIZ è rappresentata da:

- Professionisti e imprese
- Altri gestori del servizio idrico
- Comunità della ricerca e sviluppo tecnologico

Professionisti e imprese in quanto stakeholder del progetto WIZ ricadono in tre gruppi principali di interesse:

- Imprese su cui incidono le prospettive di disponibilità di acqua potabile perché sono utenti intensivi, specialmente le imprese turistiche;
- Imprese che possono essere colpite (sia negativamente che positivamente) dai cambiamenti della politica urbanistica (settore edile, eco-edilizia, fornitori dell’industria di fornitura idrica);
- Imprese che erogano servizi (tecnologie, ingegneria, IT, ecc) relativi all’analisi e valutazione ambientale, pianificazione territoriale, gestione idrica, servizi socio-economici.

I mezzi principali per raggiungere in prima istanza l’attenzione di professionisti ed imprese sono la Internet (attraverso il sito pubblico e i forum di discussione) dove ha luogo la discussione e dove anche le imprese e i professionisti possono dare un loro contributo, incontri diretti di sensibilizzazione e coinvolgimento, linee guida, webcast e podcast, articoli su riviste specialistiche e su web.

Anche in questo caso la comunicazione prevede che gli stessi professionisti ed imprese diano un feedback rilevante al progetto permettendo di mettere in luce reti di interessi, priorità, conflitti e acquisendo una comprensione più profonda degli impatti dell’ambiente edificato e del cambiamento climatico sulle risorse idriche, delle metodologie di previsione e di proiezione, degli strumenti, delle pratiche di istituzionalizzazione.

In fase preparatoria i contatti con professionisti ed imprese possono anche stimolare la produzione di casi d’uso, e suggerire i modi della comunicazione attraverso i bisogni percepiti di informazione e formati per l’usabilità dell’informazione.

I servizi forniti da questi professionisti e imprese spesso collegano i pianificatori al mercato e ai cittadini; perciò, è importante trasformare questi stakeholder in “evangelisti” di WIZ.

In fase di implementazione la comunicazione è indispensabile per segnalare errori, malfunzionamenti e fallimenti e per suggerire miglioramenti richiesti/desiderati. Le imprese saranno invitate ad essere degli utenti attivi delle delle interfacce con i servizi WIZ4AALL e di WIZ4Planners e a dare un loro riscontro. Le imprese saranno coinvolte anche nel processo di istituzionalizzazione.

Gli altri **gestori del servizio idrico** beneficiano del progetto WIZ e possono anche contribuire al suo successo. WIZ coinvolge le utility e i gestori del servizio idropotabile; il Beneficiario Coordinatore della proposta progettuale WIZ – Acque Spa – è a sua volta un'impresa di gestione del servizio idrico.

La comunicazione con questo stakeholder è rilevante perché i gestori del servizio idrico sono centrali tra gli attori coinvolti dato che operano nell'incrocio tra gli interessi di proteggere la risorsa, di fornire abbastanza acqua potabile di buona qualità, di gestire il servizio in modo economicamente percorribile, di rispondere ai bisogni dello sviluppo socio-economico.

I mezzi principali per raggiungere l'attenzione dei gestori del servizio idrico saranno la Internet (attraverso il sito pubblico e i forum di discussione) dove ha luogo la discussione, incontri diretti di sensibilizzazione e coinvolgimento, linee guida, webcast e podcast, articoli su riviste specialistiche e su web. Anche in questo caso la comunicazione è a due vie dato che fin dalla fase preparatoria i gestori sono stati coinvolti per raccogliere lo stato della struttura informativa territoriale, la disponibilità di dati, i casi d'uso. Nel corso dell'implementazione il feedback per la buona riuscita della comunicazione sarà anche il riscontro dall'ambiente reale di utilizzo, la richiesta di miglioramenti richiesti/desiderati, suggerimenti.

La **comunità della ricerca e sviluppo tecnologico** coinvolta da WIZ include specialisti settoriali che gettano un ponte tra la ricerca applicata e l'implementazione precoce di soluzioni avanzate.

Il progetto WIZ è collegato con i gruppi che hanno dato origine alle soluzioni che il progetto mette in opera e restituisce loro i risultati di feedback; saranno coinvolti nel progetto anche specialisti, ricercatori e innovatori per trasferire loro le nuove questioni che emergeranno durante l'implementazione del progetto e il know-how addizionale che sarà acquisito.

Come nel caso precedente, i mezzi principali per raggiungere l'attenzione di questo stakeholder saranno la Internet (attraverso il sito pubblico e i forum di discussione) dove avrà luogo la discussione e dove, incontri diretti di sensibilizzazione e coinvolgimento, linee guida, webcast e podcast, articoli su riviste specialistiche e su web.

7. Matrice di comunicazione

La matrice di comunicazione è uno strumento flessibile ed aggiornabile in ogni momento di vita del progetto che, laddove necessario, evidenzia i tipi di attività di comunicazione appropriati per i vari stati delle azioni intendendoli diretti soprattutto alla pianificazione piuttosto che a porre in risalto risultati ed impatti.

Stakeholder	Bisogno Informativo	Metodo di distribuzione	Tipo di informazione	Frequenza	Partner coinvolti
Cittadini e loro rappresentanze (della società civile e ambientali)	<p>Informazioni generali sul progetto e i suoi risultati (in particolar modo connessi agli effetti ambientali)</p> <p>Coinvolgimento nella definizione dei requisiti della piattaforma Wiz4All</p> <p>Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4All</p>	<p>Web site di progetto</p> <p>Eventi pubblici</p> <p>Eventi ristretti (Incontri, Focus Group)</p> <p>e-mail</p> <p>Newsletter</p> <p>Forum</p>	<p>Poster/Leaflet</p> <p>Manifesti</p> <p>Notice Board sui luoghi del progetto</p> <p>Articoli e comunicati stampa</p> <p>Flyer con le bollette</p> <p>Report WIZ ad uso pubblico</p> <p>Interviste Radio/TV</p> <p>Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast)</p> <p>Esiti delle attività</p> <p>Layman's Report</p>	<p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti</p> <p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che impattano sulle condizioni ambientali</p>	<p>Acque Spa</p> <p>Autorità di Bacino</p> <p>Instituto Tecnologico di Galicia</p>
Planificatori/ Decisori politici/ Autorità pubbliche	<p>Informazioni specifiche dirette a favorire la messa a sistema (istituzionalizzazione) di WIZ</p> <p>Coinvolgimento nella definizione dei requisiti della piattaforma Wiz4Planners</p> <p>Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4Planners</p>	<p>Eventi ristretti (Workshop/ Incontri, Focus Group)</p> <p>Web site di progetto</p> <p>e-mail</p> <p>Newsletter</p> <p>Forum</p>	<p>Memorandum di intesa</p> <p>Manifesti</p> <p>Interviste Radio/TV</p> <p>Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast)</p> <p>Esiti delle attività</p>	<p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che possono essere replicati</p>	<p>Acque Spa</p> <p>Autorità di Bacino</p>

Stakeholder	Bisogno Informativo	Metodo di distribuzione	Tipo di informazione	Frequenza	Partner coinvolti
Specialisti di analisi, modellazione e previsione	<p>Informazioni di tipo tecnico sui risultati conseguiti dal progetto per colmare il gap tra ricerca applicata e implementazione precoce di soluzioni avanzate</p> <p>Coinvolgimento nella definizione dei requisiti della piattaforma Wiz4Planners</p> <p>Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4Planners</p>	<p>Eventi ristretti (Workshop/ Incontri, Focus Group)</p> <p>Web site di progetto</p> <p>e-mail</p> <p>Newsletter</p> <p>Forum</p>	<p>Memorandum di intesa</p> <p>Manifesti</p> <p>Interviste Radio/TV</p> <p>Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast)</p> <p>Articoli a riviste specializzate</p> <p>Esiti delle attività</p>	<p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che possono essere replicati</p>	<p>Ingegnerie Toscane</p> <p>Instituto Tecnologico di Galicia</p>
Professionisti e imprese	<p>Informazioni di tipo tecnico sui risultati conseguiti dal progetto</p> <p>Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4All</p>	<p>Web site di progetto</p> <p>Eventi pubblici</p> <p>Eventi ristretti (Incontri, Focus Group)</p> <p>e-mail</p> <p>Newsletter</p> <p>Forum</p>	<p>Articoli e comunicati stampa</p> <p>Articoli a riviste specializzate</p> <p>Report WIZ ad uso pubblico</p> <p>Interviste Radio/TV</p> <p>Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast)</p> <p>Esiti delle attività</p>	<p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che possono essere replicati</p>	<p>Ingegnerie Toscane</p> <p>Instituto Tecnologico di Galicia</p>
Gestori del servizio idrico	<p>Informazioni di tipo tecnico sui risultati conseguiti dal progetto</p> <p>Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4Planners</p>	<p>Eventi ristretti (Workshop/ Incontri, Focus Group)</p> <p>Web site di progetto</p> <p>e-mail</p> <p>Newsletter</p> <p>Forum</p>	<p>Articoli e comunicati stampa</p> <p>Articoli a riviste specializzate</p> <p>Report WIZ ad uso pubblico</p> <p>Interviste Radio/TV</p> <p>Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast)</p> <p>Esiti delle attività</p>	<p>Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che possono essere replicati</p>	<p>Acque Spa</p> <p>Autorità di Bacino</p>

Stakeholder	Bisogno Informativo	Metodo di distribuzione	Tipo di informazione	Frequenza	Partner coinvolti
Comunità della ricerca e sviluppo tecnologico	Informazioni di tipo tecnico sui risultati conseguiti dal progetto Informazioni sull'uso della piattaforma Wiz4All e Wiz4Planners	Web site di progetto e-mail Newsletter Forum	Articoli e comunicati stampa Articoli a riviste specializzate Report WIZ ad uso pubblico Interviste Radio/TV Presentazioni digitali (mediawork, Webcast / Podcast) Esiti delle attività	Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti che possono essere replicati	Ingegnerie Toscane Istituto Tecnologico di Galicia
Organi di stampa	Informazioni generali sul progetto e i suoi risultati	Portale di progetto Eventi pubblici Conferenze stampa e-mail	Poster/Brochure Cartellonistica sui luoghi del progetto Comunicati stampa	Legata all'andamento del progetto e ai risultati conseguiti	Acque Spa Autorità di Bacino Istituto Tecnologico di Galicia
Commissione Europea (SI)	Reportistica scritta formale e informazioni ufficiali come previste dal Contratto	Incontri diretti (vis-a-vis) Invio postale e-mail	Report, briefing, meeting	Alle scadenze e con le modalità previste dal contratto Sulla base delle richieste avanzate	Acque Spa
Team di monitoraggio esterno (SI)	Reportistica scritta e informazioni ufficiali come previste dal Contratto	Incontri diretti (vis-a-vis) Invio postale e-mail	Report, briefing, meeting	Alle scadenze e con le modalità previste dal contratto Sulla base delle richieste avanzate	Acque Spa
Steering Committee/Leader di attività (SI)	Input sulle attività da svolgere	Incontri diretti (vis-a-vis) Portale di progetto	Briefing, meeting	Legata all'andamento della task	Acque Spa

Tab. 2: Matrice di comunicazione

8. WIZ: identità visuale e messaggi chiave

L'identità visuale prescelta per WIZ ha una *head-line* che parla direttamente sia all'istituzione che all'utente con la prerogativa di una azione

UNA SCELTA COMUNE

I colori sono primari, l'applicabilità in regimi di scala è alta (materiali tradizionali, editoriali, multimediali, web, ecc.).

Oltre a pay-off e logo di progetto il tratto pittorico che li accompagna rafforza il messaggio e aiuta a catturare l'attenzione.

I partner ritengono che essa contribuisca ora ed in futuro alla percezione de progetto e al suo riconoscimento immediato. Alcuni elementi che compongono tale identità sono ad oggi già disponibili ed altri lo saranno nel corso del progetto.

8.1 Logo di progetto e colori

Il logo del progetto è stato scelto tra più opzioni presentate dal fornitore esterno aggiudicatario in sede di gara tra quello che poteva rappresentare il progetto in modo semplice e professionale.

Per altro il ritardo nell'assegnazione della gara di comunicazione ha spinto alla scelta di identificare un logo che potesse ricordare anche quello momentaneamente utilizzato in sede di Conferenza di lancio.



Fig. 1: Il Logo e il Pay off del Progetto WIZ



Fig. 2: Il Logo temporaneo utilizzato per la Conferenza di Lancio del Progetto

Ulteriori informazioni sono disponibili tra gli allegati.

8.2 Template

Per esigenze di uniformità sono stati generati alcuni template o modelli (in formato aperto *odt) che sono utilizzati sia per scopi interni sia per scopi di comunicazione esterna (sia obbligatoria che non obbligatoria).

I template possono essere scaricati nell'area privata di lavoro sotto le categorie modelli.

Alcuni sono già disponibili (report, verbali), altri lo saranno via via che le attività del progetto lo renderanno necessario.

8.3 Requisiti obbligatori

In generale tutti i materiali prodotti su carta (riciclata e certificata Ecolabel) saranno resi disponibili in formato elettronico di modo da essere uploadati sul web site o inviati per email.

Tutti i materiali – indipendentemente da come saranno veicolati e da chi saranno prodotti – devono incorporare tutti gli elementi obbligatori dell'identità visuale dell'UE e del programma Life, ossia la bandiera Life ed il disclaimer (v. allegati), i dettagli del progetto con i nomi delle persone di contatto (in primo luogo il capo progetto), indirizzi, telefono, fax ed email.

Volantini, locandine, manifesti, brochure, poster dovranno anch'essi incorporare con chiarezza tutti gli elementi che permettano di identificare quella azione come parte di un'azione finanziata dalla Unione Europea.

Lo stesso vale per i materiali multimediali e il sito web.

Una copia di tutta la documentazione utilizzata o raccolta per la disseminazione esterna dovrà pervenire agli uffici della Direzione Generale ambiente e al Team di Monitoraggio (controlla contratto).

Nei Consortium Agreement firmati dai partner è presente all'art 12 Azioni di comunicazione, pubblicità al sostegno comunitario e prodotti audiovisivi la dicitura la dichiarazione esplicita che per quanto concerne le azioni di comunicazione, pubblicità al sostegno comunitario e prodotti audiovisivi si applicano integralmente le previsioni dell'art. 13 delle Disposizioni Comuni, che il beneficiario associato dichiara di conoscere.

Capitolo 3

9. Piano delle attività di comunicazione

9.1 Risorse

Per lo sviluppo, l'esecuzione e la valutazione del Piano di comunicazione i partner di progetto possono contare sulle risorse derivanti da:

- il budget di spesa previsto nel piano finanziario
- competenze mirate in gruppi di lavoro dei singoli partner (uno staff composto da 4-6 persone) e un comitato specifico con compiti consultivi e di valutazione
- le competenze specifiche di fornitori qualificati in tutte le fasi del processo (sia dal punto di vista della comunicazione vera e propria, sia dal punto di vista della facilitazione nel corso di particolari eventi mirati)

Il personale interno direttamente coinvolto ha per le proprie naturali attività alcune competenze fondamentali:

- skill di comunicazione orale (sia in piccoli che in grandi gruppi)
- skill di comunicazione scritta (stesura di report, discorsi, briefing, comunicati stampa, webmaster, ecc.)
- skill di information technology (sono in grado di utilizzare i mezzi IT necessari per veicolare i messaggi corretti)

9.2 Strumenti

9.2.1 Web site

Il sito di progetto di WIZ è disponibile all'indirizzo <http://wiz-life.eu>.

Il sito risponde a funzioni diverse ed è uno degli strumenti principali della comunicazione, utile anche per concentrare dati e risultati di progetto.

Nel corso dell'esecuzione del progetto saranno rilasciate via via presentazioni, pubblicazioni, report foto, podcast ed altri materiali per permettere una piena visibilità del progetto.

Logo, pay off e segno grafico sono sempre ben visibili così come il logo del Programma Life e i link relativi.

L'area pubblica è costituita da due sezioni principali:

- un'area i cui contenuti sono accessibili solo agli utenti pubblici che si sono registrati (con possibilità da parte del Committente di decidere una eventuale policy di moderazione);
- un'area accessibile a tutti senza identificazione e qualificazione dell'utente.

Gli utenti qualificati, anche con un'eventuale policy di moderazione decisa dal Committente, possono produrre contenuti visibili a tutti o solo agli utenti registrati e ai partner WIZ.

L'ingresso al servizio, che è in area pubblica, contiene:

- scelta della lingua
- presentazione del progetto
- grandi annunci durevoli (p. es. conferenza finale, risultati importanti)
- conto attuale del CO2 calculator (il caricamento dei dati è in area privata)
- link alle altre aree e servizi (che eventualmente ripropongono la qualificazione se non effettuata e necessaria)
- servizio di registrazione (per i nuovi utenti pubblici)
- servizio di identificazione (per gli utenti già registrati)
- contatti e post-box (aperto a tutti per chiedere informazioni)

Dopo la qualificazione gli utenti registrati hanno la lista delle aree e servizi a cui hanno accesso.

Il web site presenta una Sezione "statica" in area pubblica che contiene le principali informazioni sul progetto:

- descrizione,
- obiettivi,
- partner,
- ...

Le sezioni dinamiche sono di tre tipi principali:

- le sezioni che vengono aggiornate frequentemente dai partner (o dagli utenti autorizzati) anche tramite transclusione di contenuti dall'area riservata;
- le sezioni di scambio documentale e di materiali multimediale (anche tenendo conto delle particolari tipologie di documenti a carattere cartografico del progetto, come espresso nella sezione B resa disponibile dal Committente);
- i forum pubblici moderati, che avranno la forma di documenti di ingresso con commento successivo degli utenti registrati, con una storia dei commenti e possibilità di moderazione;
- conto attuale del calcolatore dell'impronta ecologica. Nella sezione d'ingresso viene riportato il totale corrente risultante dal calcolatore dell'impronta ecologica ("carbon footprint calculator") per le attività di progetto. Ciò sarà fatto utilizzando e includendo nel sito web un servizio terzo certificato (Carbon Footprint) che utilizza algoritmi definiti/accettati da DEFRA (UK), World Resource Institute (WRI) Greenhouse Gas (GHG) Protocol, Vehicle Certification Agency (UK), Environmental Protection Agency (USA), GHG Registries – Canada.

Il sito web è sviluppato seguendo la logica di workbench richiesta dal progetto e avendo come focus le funzioni principali espresse dai requisiti progettuali:

- funzioni di comunicazione dal partenariato WIZ al pubblico;
- funzioni di comunicazione tra il partenariato WIZ e il pubblico interessato a partecipare;
- funzioni di comunicazione interna tra i partner WIZ e di organizzazione delle informazioni e della conoscenza accumulata nell'esecuzione del progetto.

Per logica di workbench si intende un insieme coordinato di strumenti (servizi e applicazioni) specializzati per le funzioni da svolgere, i cui risultati sono interoperabili e la cui gestione è organica.

Per quanto riguarda il multilinguismo, ogni oggetto porta con sé i metadati di riferimento linguistico e quindi:

- i contenuti possono essere redatti in una o più lingue anche in tempi diversi;
- gli utenti possono scegliere quale lingua di preferenza usare per l'interfaccia;
- gli utenti possono scegliere in quale lingua di preferenza consultare i contenuti;
- quando un contenuto non è disponibile nella lingua preferita viene dato un messaggio all'utente che può così decidere se accedere al documento nella lingua disponibile.

Per la gestione specifica le interfacce sono messe a disposizione in:

- lingua italiana;
- lingua spagnola (castigliana);
- lingua inglese (international English).

Per la realizzazione del portale web è stata usata la tecnologia Semantic Mediawiki (nel seguito anche detta SMW).

Si fa riferimento alle specificazioni pubbliche che si trovano in <http://semantic-mediawiki.org>. E' stata utilizzata l'ultima versione stabile disponibile (release MediaWiki 1.16,, SMW 1.5.3).

L'architettura è di tipo LAMP (Linux, Apache, MySQL, PHP) poiché è quella nativa della tecnologia Semantic Mediawiki richiesta.

L'architettura SMW è pubblica, ne riportiamo tuttavia una schematizzazione (da Markus Krötzsch, Denny Vrandečić, Max Völkel, Heiko Haller, Rudi Studer. Semantic Wikipedia. In Journal of Web Semantics 5/2007, pp. 251–261. Elsevier 2007).

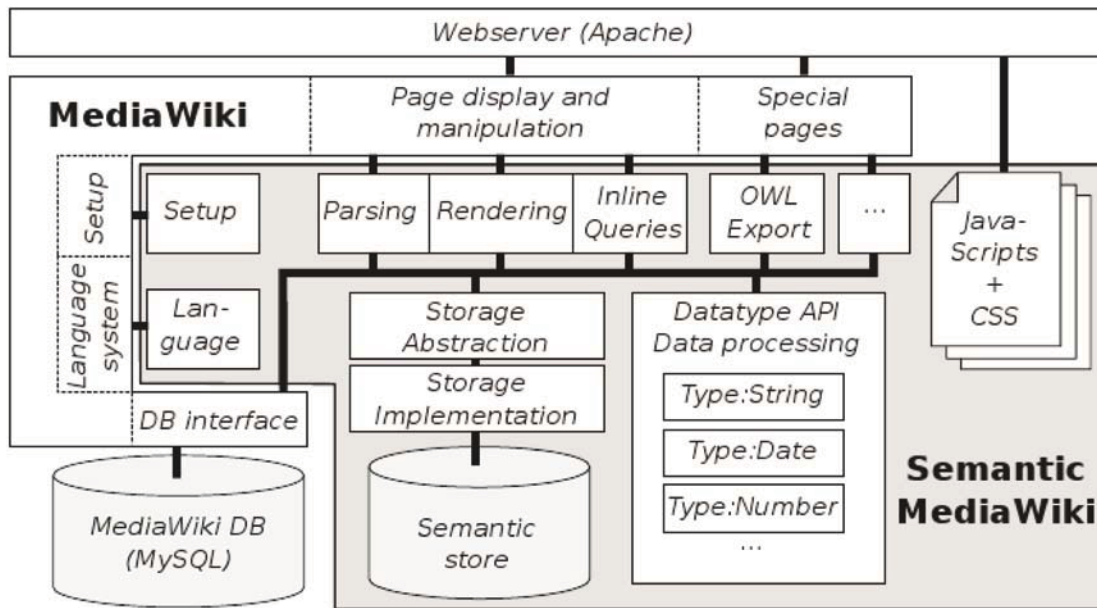


Fig. 3: da Markus Krötzsch, Denny Vrandečić, Max Völkel, Heiko Haller, Rudi Studer. Semantic Wikipedia. In *Journal of Web Semantics* 5/2007, pp. 251–261. Elsevier 2007

I servizi SMW hanno le estensioni necessarie per:

- annotazione semantica dei contenuti;
- costruzione e manutenzione (gardening) di ontologie;
- esportazione e importazione di ontologie.

Per l'annotazione è usata l'estensione Halo che permette di utilizzare una barra di strumenti specifica su ogni pagina per esaminare, creare e modificare le annotazioni semantiche di un oggetto SMW, anche in modalità WYSIWYG e con funzioni di autocompletamento dei campi.

Per la costruzione e manutenzione di ontologie viene utilizzata sia l'estensione Halo predetta (per le funzioni di ontology browsing, che l'estensione SMW Ontology Editor per lo sviluppo di ontologie (vocabolari, categorie, proprietà, elementi) e per il controllo e la correzione di errori, inconsistenze, ridondanze. Sempre SMW Ontology Editor è utilizzato per l'importazione ed esportazione di ontologie in formato XML/OWL e RDFIO per l'import/export RDF.

Le funzioni di gardening sono effettuate tramite le funzioni di Halo e di SMW Ontology Editor.

Saranno sempre e solamente utilizzati componenti rilasciati con licenze di tipo F/LOSS (GPL, LGPL, public domain, BSD, ecc.).

Saranno sempre replicate integralmente le licenze di utilizzo previste nel pacchetto originale, nelle estensioni e nella documentazione, senza alcuna restrizione aggiuntiva.

Per le estensioni sviluppate specificamente per il progetto si applica la licenza LGPL.

I contenuti creati per il portale sono rilasciati con licenza Creative Commons (non onerosa).

L'architettura degli accessi è riportata nella figura successiva.

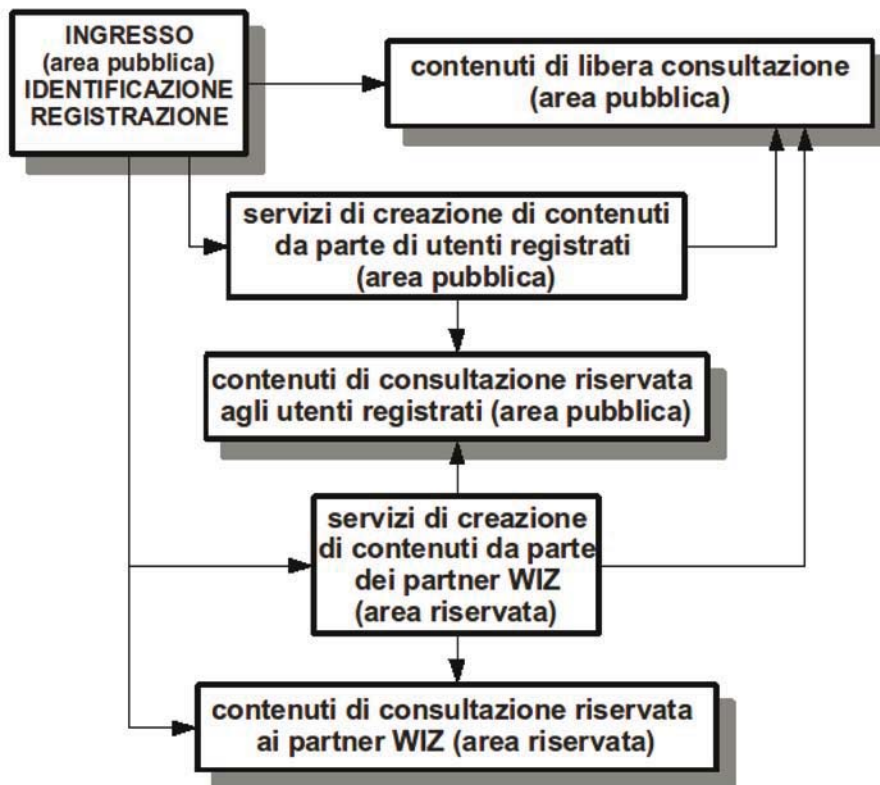


Fig. 4: Architettura degli accessi

I dati del portale originati dal fornitore esterno saranno resi accessibili secondo standard accettati e aperti.

Per i dati inseriti dai partner del progetto e dagli utenti sarà favorita l'adozione di formati aperti (warning in caso di formati non standard) con disponibilità di un form per l'inserimento di metadati standard (DCMI) in XML.

9.2.2. Newsletter

Le Newsletter, pubblicate sul web site e downloadabili in formato *pdf, sono caratterizzate da una cadenza trimestrale e contengono informazioni utili a tracciare i progressi del progetto WIZ, in particolar modo quando gli effetti di una azione sono apprezzabili nel corso del tempo.

Le informazioni non si concentrano su dettagli finanziari o amministrativi se non di particolare rilevanza per i loro effetti sulla esecuzione di progetto, ma sui risultati o sugli eventi di maggior spicco.

I testi sono corti e semplici (con eventuali rimandi al sito per approfondimenti) ed accompagnati da foto per illustrare l'azione ed il suo contesto: quando possibile le foto riprendono le persone coinvolte nelle attività.

9.2.3 Dibattiti e attività di rete

Il web site di WIZ rappresenta il punto di contatto per stabilire ed incoraggiare il dibattito tra le diverse comunità di stakeholder a partire dalla condivisione dei Manifesti che saranno sviluppati nel corso dell'Attività 6, fino alla partecipazione ai forum. Sul sito, la richiesta di registrazione agli utenti che desiderino partecipare in maniera più diretta al progetto è utilizzata per alimentare una mailing list che permetta una comunicazione mirata e coinvolgente.

Il cuore del dibattito è rappresentato dall'area di Forum che ha già predisposte due categorie linguistiche (italiano e spagnolo) per favorire la partecipazione in entrambi i paesi.

Potranno essere presenti animatori/facilitatori che aiuteranno i partecipanti a raccogliersi intorno agli interessi comuni al per permettere di far risaltare maggiormente i bisogni e gli obiettivi.

9.2.4 Link e connessioni con altri progetti

Durante l'esecuzione del progetto, progetti analoghi o complementari saranno contattati per poter amplificare la visibilità e scambiare link al fine di generare ulteriore traffico sul sito web.

In aggiunta alle comunità che hanno a che fare con la gestione idrica e le questioni ambientali, saranno al primo posto i collegamenti con le reti di sanità pubblica e le reti delle infrastrutture di sicurezza ("e-health", interscambio aperto di dati, semantic web, accesso pubblico alle informazioni ambientali e sociali, e-governance") specialmente in relazione al coinvolgimento dei cittadini nella progettazione del loro futuro.

9.2.5 Presentazioni digitali (Mediawork, podcasting e streaming)

Nel corso del progetto vengono sviluppate presentazioni digitali (animazioni e/o video con audio inclusi montaggi e sottolineature plurilingue) su tematiche specifiche: sono rese disponibili oltre che nel web site nei principali free video e slide store (You Tube, Slideshare).

Le presentazioni sono rivolte sia al pubblico generico, sia a quello specialistico e servono ad amplificare i canali di comunicazione versodifferenti target di utilizzatori.

Vi saranno anche risorse streaming sia in memoria (video/audio on demand), asincrone e on-line, e dal vivo simili alla trasmissione radio/tv tradizionale, sincrone e on-line nel caso di alcuni workshop per i quali sarà presumibilmente utilizzata la piattaforma EVO del CERN (<http://evo.caltech.edu/evoGate/>).

Per la rappresentazione codificata di immagini in movimento, la loro compressione e trasmissione su reti digitali tra i formati in uso si utilizzeranno standard OGG e MPEG (Moving Pictures Experts Group) che occupano meno banda rispetto al formato analogico tradizionale (oltre agli altri vantaggi dati dalla digitalizzazione). Gli standard OGG e MPEG non si occupano solo

della codifica audio/video vera e propria, ma anche dell'organizzazione delle informazioni ausiliarie per la sincronizzazione di diversi contenuti, la gestione di stream multipli quali diverse tracce audio, le EPG (guide elettroniche), ecc. Questi standard, non definiscono il processo di codifica ma specificano quello di decodifica e garantiscono una migliore flessibilità nelle implementazioni senza compromettere l'interoperabilità.

9.2.6 Fotografie

Foto, animazioni e illustrazioni sono utilizzate laddove possibile per catturare l'attenzione dei diversi destinatari dei messaggi anche al fine di diffondere l'approccio WIZ.

Le foto scelte cercano e cercheranno di illustrare per quanto possibile l'evoluzione dell'azione.

I formati preferiti saranno quelli digitali che permettano una riproduzione ed uno scambio agevole e una rapida integrazione in strumenti diversi.

Nei materiali cartacei la risoluzione minima per garantire una buona qualità è pari a 300 dpi.

Il sito web ospiterà un luogo di raccolta delle foto più significative.

9.2.7 Eventi (Workshop, Conferenze)

Nel corso del progetto saranno organizzati due eventi di portata nazionale ed un evento internazionale (la Conferenza di Lancio, la Conferenza di chiusura e una conferenza ad hoc per i Cittadini che avrà luogo in Spagna), due workshop specifici per i pianificatori e decision maker, un workshop condotto come web-meeting per specialisti di analisi, modellazione e previsione.

Gli eventi si svolgeranno in Italia e in Spagna.

Il protocollo usato per le occasioni pubbliche nelle quali sono presenti tutti i partner è quello di fare intervenire per primo l'ente pubblico (Autorità di Bacino), a cui seguono il capofila e gli altri beneficiari associati. In caso di presenza di enti pubblici (Ministeri, Regioni, ecc.) esse saranno fatte intervenire per prime o subito dopo l'Autorità di Bacino.

Obiettivo degli eventi sarà di volta in volta garantire un contatto diverso con gli stakeholder che hanno il maggiore impatto sul successo del progetto o le migliori possibilità di favorirne l'ottimizzazione.

Non saranno organizzate altre occasioni di incontro ma in tutte le occasioni i partner parteciperanno ad eventi che sono focalizzati su questioni analoghe a quelle trattate: è infatti prevista la presenza di WIZ con una sessione poster (poster session) a importanti conferenze e/o mostre italiane.

Gli workshop destinati ai pianificatori hanno come finalità quella di favorire l'adozione dell'approccio WIZ almeno in altre parti del Bacino del Fiume Arno (per quanto riguarda il lato italiano) mentre l'obiettivo può riflettersi anche nel lato spagnolo perché questi workshop possono diventare un format che potrà essere usato e replicato oltre la fine del progetto. L'idea è che gli workshop siano condotti dalle autorità di pianificazione locale partecipanti alla

dimostrazione pilota. Saranno quindi un palcoscenico che darà loro visibilità, di cui saranno i principali relatori e testimonial.

9.2.8 Comunicati stampa

I comunicati stampa previsti da WIZ coprono le informazioni sugli esiti e gli eventi principali e sono resi disponibili sul web site di progetto e laddove possibile sui siti web dei partner.

Tutti i comunicati stampa vengono predisposti in versione elettronica per poter essere veicolati con maggiore facilità anche attraverso l'uso di email.

Nel corso dello svolgimento del progetto saranno predisposti più comunicati (6-8) che inizialmente riguarderanno argomenti di natura generale per diffondere ed accrescere la conoscenza del progetto o eventi di grande rilievo e via via presenteranno i risultati raggiunti.

I comunicati stampa sono generalmente predisposti in lingua italiana e in lingua spagnola nonché, laddove necessario, in lingua inglese.

Il linguaggio utilizzato è molto semplice e compatto (al massimo una pagina in formato A4) e segue le indicazioni fornite dalla Commissione Europea e dal Programma Life.

I comunicati stampa includono la bandiera Life e la dicitura del cofinanziamento ricevuto.

In genere i comunicati stampa saranno datati e riporteranno una dicitura rispetto ai tempi del loro uso (se immediato o ad una particolare scadenza).

9.2.9 Conferenze stampa

In occasione degli eventi principali (Conferenza di lancio, Conferenza finale o in occasione del rilascio di deliverable rilevanti) sono previste conferenze stampa. Gli inviti sono predisposti sulla base di indirizzi forniti dai vari partner e resi disponibili sul portale interno di progetto e veicolati via email.

Laddove possibile le riprese video delle conferenze stampa e/o i resoconti apparsi sulle tv nazionali e/o locali sono resi disponibili sul portale esterno.

Sono generalmente predisposte cartelline per la stampa.

Nel corso della conferenza stampa la bandiera dell'UE o del Life sarà sempre esposta.

Il protocollo usato per le occasioni pubbliche nelle quali sono presenti tutti i partner è quello di fare intervenire per primo l'ente pubblico (Autorità di Bacino), a cui seguono il capofila e gli altri beneficiari associati.

9.2.10 Interviste Radio/TV

Sia in occasione di conferenze stampa piuttosto che in altre occasioni ritenute rilevanti per dare visibilità ai risultati raggiunti, i partner di progetto possono rilasciare interviste a radio e televisione. I podcast sono resi disponibili sul web site per il download.

Il protocollo usato per le occasioni pubbliche nelle quali sono presenti tutti

il partner è quello di fare intervenire per primo l'ente pubblico (Autorità di Bacino), a cui seguono il capofila e gli altri beneficiari associati.

9.2.11 Poster session

Il progetto WIZ parteciperà ad alcune conferenze scientifiche e mostre italiane su temi affini e/o su temi concernenti l'innovazione nelle politiche pubbliche. In queste occasioni saranno sviluppate delle poster session per riferire su elementi di spicco riguardanti i risultati conseguiti da WIZ.

I poster saranno sviluppati in stretta collaborazione tra i partner di progetto e i fornitori esterni e combineranno elementi grafici e testi per rendere la presentazione piacevole dal punto di vista visivo e solida da quello tecnico e scientifico.

La scelta dell'evento e il tipo di pubblico da attrarre determineranno gli elementi principali dei poster.

Nel caso di solo pubblico specialistico, per esempio, i risultati raccolti dal progetto potranno essere accompagnati da temi di discussione e confronto aperto con professionisti e tecnici.

Se invece verranno predisposti poster di tipo informativo per diffondere informazioni ad un pubblico più vasto, il contenuto e lo stile grafico potranno variare a seconda di quante informazioni di contesto dovrà avere il potenziale destinatario. In questo caso dato che potrebbe essere difficile definire un livello informativo che vada bene per tutti, i partner cercheranno di raccogliere il maggior numero di informazioni necessarie sulla platea potenziale scrivendo testi alternativi e predisponendo o supportando la sessione con altri tools (leaflet, ecc.).

Specialisti e partner di progetto "accompagneranno" dove possibile i poster durante le poster sessions..

I poster sono sviluppati su materiali resistenti per garantire il loro riutilizzo.

9.2.12 Materiale di promozione: manifesti, locandine, leaflet

Per la promozione sono utilizzati manifesti (cm40x100) e locandine (cm35x50) a colori nonché opuscoli pieghevoli (leaflet) a tre ante a colori, preparati per le diverse attività di disseminazione in coincidenza delle principali conferenze e workshop.

I leaflet contengono informazioni generali sul progetto ma anche informazioni dettagliate in occasione di alcuni eventi specifici.

La lingua di pubblicazione è generalmente l'italiano, fatta salva la necessità di traduzioni in inglese e in spagnolo in occasione di eventi internazionali o di eventi che si svolgeranno in Spagna.

In tutti i documenti e media prodotti nel quadro del progetto, il beneficiario coordinatore e i beneficiari associati riconosceranno espressamente il supporto dato dalla Comunità usando il logo LIFE fornito dalla Commissione.

I leaflet saranno disponibili per il download direttamente dal sito di progetto e potranno essere ulteriormente diffusi via email. Conterranno informazioni

sul progetto come obiettivi, attività, risultati. Vi saranno inoltre indicate informazioni essenziali come indirizzi del sito web di progetto ed email istituzionale.

I manifesti e le locandine sono predisposti per gli eventi principali ed utilizzati nel corso di eventi e conferenze e prodotti con elementi grafici in grado di attrarre l'attenzione visiva.

9.2.13 Articoli a riviste specializzate (cartacee ed elettroniche)

I partner di WIZ diffondono informazioni mirate verso i target più tecnici o della comunità scientifica attraverso l'uso di articoli a riviste e siti specializzati.

Le modalità di predisposizione degli articoli seguiranno le regole maggiormente note per la predisposizione di questa tipologia di strumenti (titolo, abstract, parole chiave, introduzione, metodi e strumenti, risultati, discussione, conclusioni) incluse norme sulla lunghezza, figure, tabelle ed immagini, referenze bibliografiche, disclaimer, contatti, licenze d'uso.

Altre regole potranno essere di volta in volta imposte dalle riviste o dai siti sui quali saranno pubblicati gli articoli.

9.2.14 Pannelli esplicativi (Notice Board)

Come previsto dalle regole contrattuali, la comunicazione di progetto prevede anche la produzione di notice board che sono collocati in luoghi ben visibili al pubblico (nelle aree ad accesso pubblico dei partner di progetto) di modo che possa essere facile leggerne il contenuto e comprendere la natura dell'azione. Il testo dei pannelli è breve e conciso con immagini e riporta diciture e loghi ufficiali nonché indicazioni sui partner.

Le misure standard previste sono cm 1500x50.

Analoghi pannelli potranno essere prodotti durante l'implementazione delle attività al momento della individuazione dei Comuni pilota che parteciperanno alla iniziativa.

9.2.15 Layman's Report

Come previsto dalle regole contrattuali, un deliverable fondamentale del progetto è il Layman's report di WIZ che sarà prodotto a chiusura delle attività sulla base delle indicazioni previste.

Il Layman's Report sarà prodotto su carta riciclata e formato elettronico e rispetterà le richieste formali del finanziatore in merito a lingua (italiano/inglese/spagnolo), dimensioni (A4 tra le 4 e le 8 pagine massimo), produzione (sia in formato stampato su carta riciclata Ecolabel in 3000 copie; sia in formato elettronico).

9.2.16 After-LIFE Communication Plan

Il Piano di Comunicazione del dopo Life, anch'esso obbligatorio contrattualmente è diretto ad esplicitare quale siano i modi, gli strumenti e le risorse per continuare la disseminazione dei risultati del progetto con il coinvolgimento dei partner del progetto ma anche dei principali attori chiave. Il Piano sarà diviso in due sezioni: la prima sezione fornisce un quadro di insieme degli obiettivi, metodologie e risultati del progetto. La seconda parte si occupa specificatamente della strategia di comunicazione. Il Piano sarà presentato con 4 pagine di testo, oltre a una bozza di bilancio previsionale e allegati. Il Piano sarà prodotto in formato cartaceo ed elettronico nelle lingue italiana e inglese.

9.3 Metriche

Per valutare le attività di comunicazione il Programma di Monitoraggio cfr. **D2.1 – Monitoring Program (Programma di Monitoraggio)** reinclude anche per ciascuna azione, descrizione di indicatori, soglie e tempi di misurazione, nonché le responsabilità.

Per comodità, oltre ad alcuni indicatori di dettaglio e le soglie minime ordinati per gruppi di strumenti si riporta parte del prospetto relativo al monitoraggio delle azioni di disseminazione.

9.3.1 Workshop, seminari e conferenze

- No di partecipanti alle Conferenze nazionali (2): 25 persone
- No di partecipanti alle Conferenze internazionali (1): minimo 25 persone
- No di partecipanti ai workshop specialistici locali (2): minimo 25 persone
- No di partecipanti al workshop specialistico nazionale (1): minimo 25 persone

9.3.2 Media ed altri mezzi di comunicazione e disseminazione

- No medio di visitatori del sito web per mese: 200
- No di comunicati stampa rilasciati: 6-8
- No di articoli rivolti al grande pubblico nella stampa nazionale: 4
- No di articoli rivolti al grande pubblico nella stampa locale: 4
- No di articoli sulla stampa specializzata: 2
- No di articoli su web: 16
- No di Reportage TV: 3
- No di convegni/mostre ai quali si partecipa: 2
- No di notice board prodotti e installati: 4
- No di Media work (Webcast/Podcast/Slidecast): 10

9.3.3 Pubblicazioni

- No copie Layman's report: 3000 (IT/EN/ES)
- No copie Leaflets: 6000 (IT/ES diversi contenuti)
- No copie Manifesti: 600 (IT/ES diversi contenuti)
- No Poster Session Board: 2 (IT/EN/ES)
- No mostre/conferenze scientifiche/istituzionali a cui si partecipa: 2

9.3.4 Piano degli indicatori di riferimento principali per fase ed azione

Fase	Azione	Descrizione Azione	Indicatore	Dimensione	Frequenza/Tempo	Soglia(e)	Chi misura	Mezzi di verifica
DISS	A15	Creazione degli strumenti per la disseminazione	Completamento dei resoconti	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ACQSPA	Documentale
DISS	A16	Comunicazione al grande pubblico	Efficacia	Crescente consapevolezza	Alla fine delle attività	100.000 contatti	ACQSPA	Documentale
DISS	A16	Comunicazione al grande pubblico	Rapporto di completamento	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ACQSPA	Documentale
DISS	A17	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per i pianificatori e per i decisori	Partecipazione degli stakeholder	Risultati	Alla fine delle attività	30 enti pubblici coinvolti nei workshop o attività di disseminazione	ACQSPA	Documentale
DISS	A17	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per i pianificatori e per i decisori	Completezza	Risultati	All'approvazione dei documenti	Tutte le questioni di fondo sono state affrontate e chiarite in modo non ambiguo	ACQSPA	Documentale
DISS	A17	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per i pianificatori e per i decisori	Completamento dei resoconti	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ACQSPA	Documentale
DISS	A18	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per specialisti di analisi, modellazione e previsione	Partecipazione degli stakeholder	Risultati	Alla fine delle attività	30 esperti, ricercatori o scienziati coinvolti nei workshop o attività di disseminazione	ACQSPA	Documentale

Fase	Azione	Descrizione Azione	Indicatore	Dimensione	Frequenza/Tempo	Soglia(e)	Chi misura	Mezzi di verifica
DISS	A18	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per specialisti di analisi, modellazione e previsione	Completezza	Risultati	All'approvazione dei documenti	Tutte le questioni di fondo sono state affrontate e chiarite in modo non ambiguo	ABARNO	Documentale
DISS	A18	Azioni di comunicazione mirata: WIZ per specialisti di analisi, modellazione e previsione	Rapporto di completamento	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ABARNO	Documentale
DISS	A19	Collegamento con altre comunità di progetti pertinenti (LIFE, ESPON, FP7, ETAP, WSSTP, etc.)	Creazione della rete	Valore aggiunto europeo	Alla fine delle attività	3 collaborazioni permanenti	ACQSPA	Documentale
DISS	A19	Collegamento con altre comunità di progetti pertinenti (LIFE, ESPON, FP7, ETAP, WSSTP, etc.)	Rapporto di completamento	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ACQSPA	Documentale
DISS	A20	WIZ After-Life Communication	Completamento dei resoconti	Attività	Alla fine delle attività	Si/no	ACQSPA	Documentale

Tab. 3: Piano degli indicatori di riferimento principali per fase ed azione

10. Conclusioni

Il progetto WIZ ha come obiettivo generale l'integrazione della protezione e gestione sostenibile dell'acqua nei processi di pianificazione urbanistica e dell'ambiente edificato in generale tenendo conto degli impatti del cambiamento climatico.

Comunicazione e disseminazione sono parte essenziale di questo approccio che oltre ad aumentare la consapevolezza e la partecipazione pubblica coinvolgendo cittadini e imprese alla gestione partecipata dell'acqua, si prefigge di sostenere attraverso il supporto e l'adesione dei pianificatori, l'istituzionalizzazione di questo schema.

Nel documento sono state descritte le principali attività di comunicazione e disseminazione.

Il successo della strategia disegnata dipende dalla capacità dei partner di aderire al piano e di partecipare allo sforzo con spirito collaborativo al fine di permettere oltre agli effetti esterni, il costante aggiornamento di tutto lo staff coinvolto e dei progressi fatti nei modi e con gli strumenti più idonei.

11. Allegati

- Template
- Loghi e Marchi
- Loghi obbligatori e disclaimer
- Altri Materiali



una scelta comune

LIFE09/ENV/IT/000056



Il progetto è realizzato con
il contributo finanziario del
Programma LIFE della
Commissione Europea

**Manuale degli standard grafici:
progetto WIZ**

Questo manuale presenta gli elementi del sistema di identità visiva di WIZ. È stato predisposto affinché il valore dei componenti che costituiscono l'immagine si conservi integro ed inalterato nel tempo.

È uno strumento utile ad uniformare le comunicazioni dirette sia all'esterno che all'interno perciò è stata effettuata una mappatura di tutto il materiale impiegato per comunicare. E' stato quindi progettato un format grafico che renda le comunicazioni immediatamente e facilmente identificabili, rafforzando l'immagine con una identità precisa, chiara e omogenea.

Chiunque debba operare su qualche aspetto, anche minimo del sistema di identità visiva di WIZ troverà nelle tavole che seguono gli strumenti adatti.

Il manuale deve essere rispettato senza possibilità di adattamenti e interpretazioni personali. È uno strumento di consultazione, ma anche di controllo della qualità del marchio.

Rispettare le indicazioni, applicarle in modo corretto, curare la qualità delle realizzazioni sono tre regole fondamentali affinché si possa tradurre in realtà il sistema di identità visiva, ottimizzandone i benefici.

Progetto del marchio

Il logotipo (WIZ) è direttamente inserito nel simbolo identificato in un cerchio con una goccia, l'unione logotipo/simbolo consente di avere un marchio che ricorda da una parte un timbro di certificazione e dall'altra il tema più intimo del rapporto fra centro (istituzioni) e bisogni primari (acqua=goccia). La forma sferica consente di inserire il marchio in tutte le tipologie della comunicazione sia esse tradizionali che digitali.

Il progetto del logotipo è stato pensato in riferimento al suo utilizzo finale ed è stato costruito per potersi adattare a tutte le esigenze di riproducibilità.

La scelta di un marchio vettoriale con colori primari è dunque da leggersi in questo contesto progettuale. Il marchio deve essere "letto" sempre e comunque a prescindere dal veicolo promozionale o comunicativo usato.



**Struttura del logotipo e del simbolo:
versione bianco/nero e cromotipo**

La scelta di abbinare logotipo e simbolo risulta efficace in quanto le indicazioni dei due elementi seguono la stessa logica.



Marchio
nella versione bianco nero
sfera nero 70%
goccia nero 30%



Marchio
nella versione cromatica per quadricromia
sfera cyan 100% / magenta 50%
goccia cyan 50% / magenta 10%

nella versione cromatica generica
sfera pantone® 299 C
goccia pantone® 305 C

Abbinamento marchio e payoff

Il payoff nel linguaggio della comunicazione indica l'elaborazione verbale che sintetizza il posizionamento del soggetto o del servizio a cui si riferisce. Per "posizionamento" si intende lo spazio occupato dal soggetto o dal servizio nella mente del target, in parole povere esprime la personalità del soggetto o del servizio a cui ci riferiamo

Il payoff non va confuso con il titolo o headline , che serve invece a comunicare la promessa strategica del prodotto o del servizio, e che deriva in genere da una Unique selling proposition.

Il payoff utilizzato "una scelta comune" deve essere collocato al fianco destro del marchio, solo in casi particolari sotto di esso, nei rapporti di dimensione e distanza sotto evidenziati



Significato del payoff

"una scelta comune" si presta a varie interpretazioni che restano inerenti al tema trattato, una scelta realizzata in comune accordo con i soggetti operanti sul territorio e gli utenti, una scelta che non può che essere realizzata se non con intenti comuni nei confronti del territorio o, più pragmaticamente, una scelta fatta con i Comuni del proprio territorio.

Il carattere scelto è un Bauer Bodoni che, in un certo senso è proteso ad istituzionalizzare il messaggio.



una scelta comune

Payoff

*nella versione cromatica per quadricromia
una scelta nero 100%
comune cyan 100% / magenta 50%*

*nella versione cromatica generica
una scelta pantone® Process Black
comune pantone® 299 C*



una scelta comune

Zona protetta

L'area segnata intorno al marchio è la "zona protetta"; essa serve per assicurare un'immagine coerente ogni volta che il marchio, e il suo payoff, vengono usati e, proprio per questo, non dovrà contenere altri elementi al di fuori del simbolo, del logotipo e del payoff. Questa norma di buona comunicazione va rispettata in tutte le applicazioni.



Le illustrazioni

Inserite nella struttura grafica sono previste delle illustrazioni il cui scopo è di rendere "friendly" la comunicazione. realizzate con la tecnica dell'acquerello consentono di illustrare sia i concetti "alti" di WIZ che passaggi che pur fondamentali sono complessi da spiegare a parole, questa illustrazioni sono previste sia nel web che nella grafica tradizionale.



Abbinamenti e varianti cromatiche proibite

Non potendo fornire una completa casistica di abbinamenti e di varianti colore da non utilizzare faremo riferimento a quei casi generali che potrebbero essere più facilmente mal rappresentati.

una scelta comune

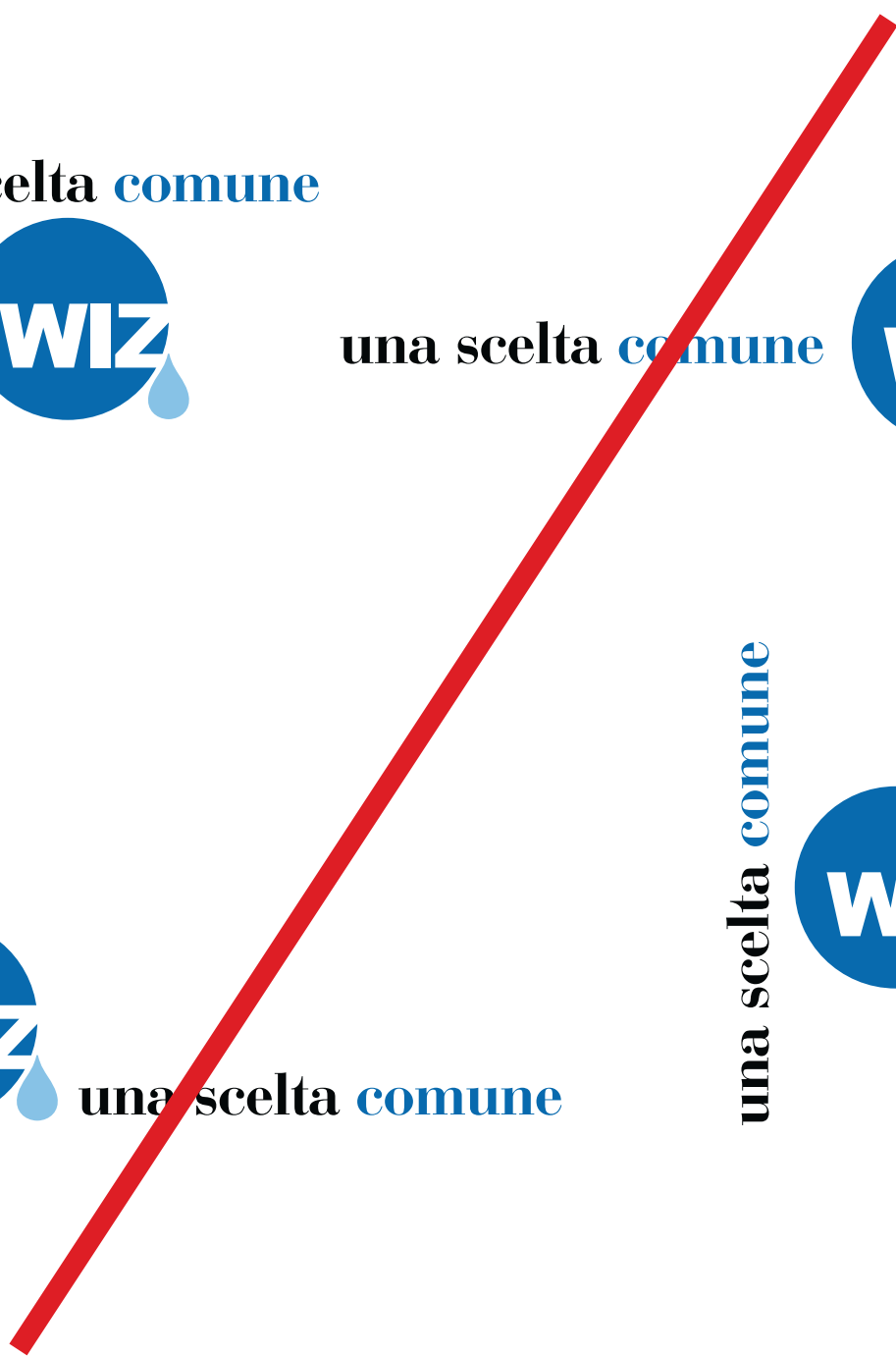


una scelta comune



una scelta comune

una scelta comune



Abbinamenti e varianti cromatiche proibite

Non potendo fornire una completa casistica di abbinamenti e di varianti colore da non utilizzare faremo riferimento a quei casi generali che potrebbero essere più facilmente mal rappresentati.



marchio WIZ e marchi istituzionali

L'assetto grafico include in quasi tutti gli strumenti di comunicazione e informazione la convivenza del marchio WIZ con i marchi istituzionali si è scelto per questo una struttura definitiva:

in alto il marchio LIFE con la definizione estesa, al centro il marchio WIZ, in basso su una linea orizzontale i marchi, in ordine preciso e non modificabile di ACQUE SPA, AUTORITA' DI BACINO FIUME DEL ARNO, INGEGNERIE TOSCANE, ISTITUTO TECNOLOGICO DE GALICIA.

Sotto uno schema ideale.

Il progetto è realizzato con il contributo finanziario del Programma LIFE della Commissione Europea



LIFE 09 ENV/IT/000056



una scelta comune



Caratteri utilizzati

A seconda del tipo di mezzo di comunicazione usato sono stati scelti vari tipi di caratteri nelle versioni roman, italic, bold e bold italic.

Per il payoff istituzionale e per i payoff che identificano i vari tipi di servizi sul web e in tutte quelle comunicazioni "alte" riferite sempre e solo ai payoff: Bauer Bodoni

Per i template:
Verdana

Per il web, le newsletter e i pannelli di più tipologie:
Arial

Bauer Bodoni

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
*10234567890.,;:'&(?!)+/-**

Verdana

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
10234567890.,;:'&(?!)+/-*

Arial

abcdefghijklmnopqrstuvwxyZ
ABCDEFGHIJKLMNopQRSTUVWXYZ
10234567890.,;:'&(?!)+/-*

Strumenti di comunicazione

In questa parte del manuale vengono presentate le caratteristiche stilistiche e formali degli strumenti della comunicazione, in sintesi si vuole mostrare da una parte come ottenere una coerenza nel messaggio comunicativo e dall'altra semplificare l'informazione consentendo a tutti gli operatori, nonché ai fornitori, di operare su una piattaforma riconosciuta e di facile accesso.

Il progetto che sta alla base di questo norme è una vera e propria guida su cui impiantare la comunicazione anche in presenza di strumenti che possono essere utilizzati occasionalmente o da chi non ha conoscenze grafiche o di impaginazione.

La metodologia della presentazione è suddivisa in aspetto grafico/estetico e caratteristiche tecniche (che includono anche i materiali), l'anima del progetto grafico risiede nella semplicità e nella riproducibilità sia per venire incontro ai vari tipi di esecutivi e di programmi con cui questi possono essere utilizzati, sia per la facilità di comprensione da parte di più tipologie di utenti e fruitori.

I materiali

Un discorso a parte meritano i materiali con cui verranno prodotti gli strumenti della comunicazione che non siano quelli digitali.

*La stampa su materiale cartaceo è realizzata su carta ecologica **ecolabel** ©,*



*mentre i pannelli sono realizzati su due materiali il **cartone alveolare** © ecologico e ignifugo, e il **dibond** © anch'esso con trattamento ecologico ma di più alta resistenza e maggiore eleganza.*

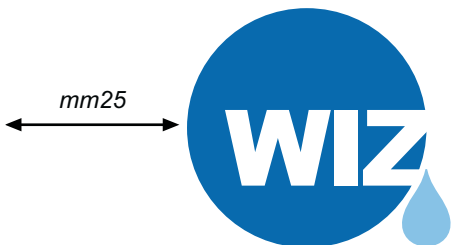


Template

Il template è stato realizzato in maniera essenziale con una cover (alcune parti sono fisse) e una serie di pagine interne realizzabili in tutti i programmi di scrittura.

E' stata realizzata una gabbia a pagina intera e a doppia colonna utilizzabili a scelta a seconda del tipo di contenuto e di preferenza dell'utente.

Vedi nelle pagine seguenti.



una scelta comune

LIFE09/ENV/IT/000056



Il progetto è realizzato con il contributo finanziario del Programma LIFE della Commissione Europea

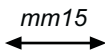
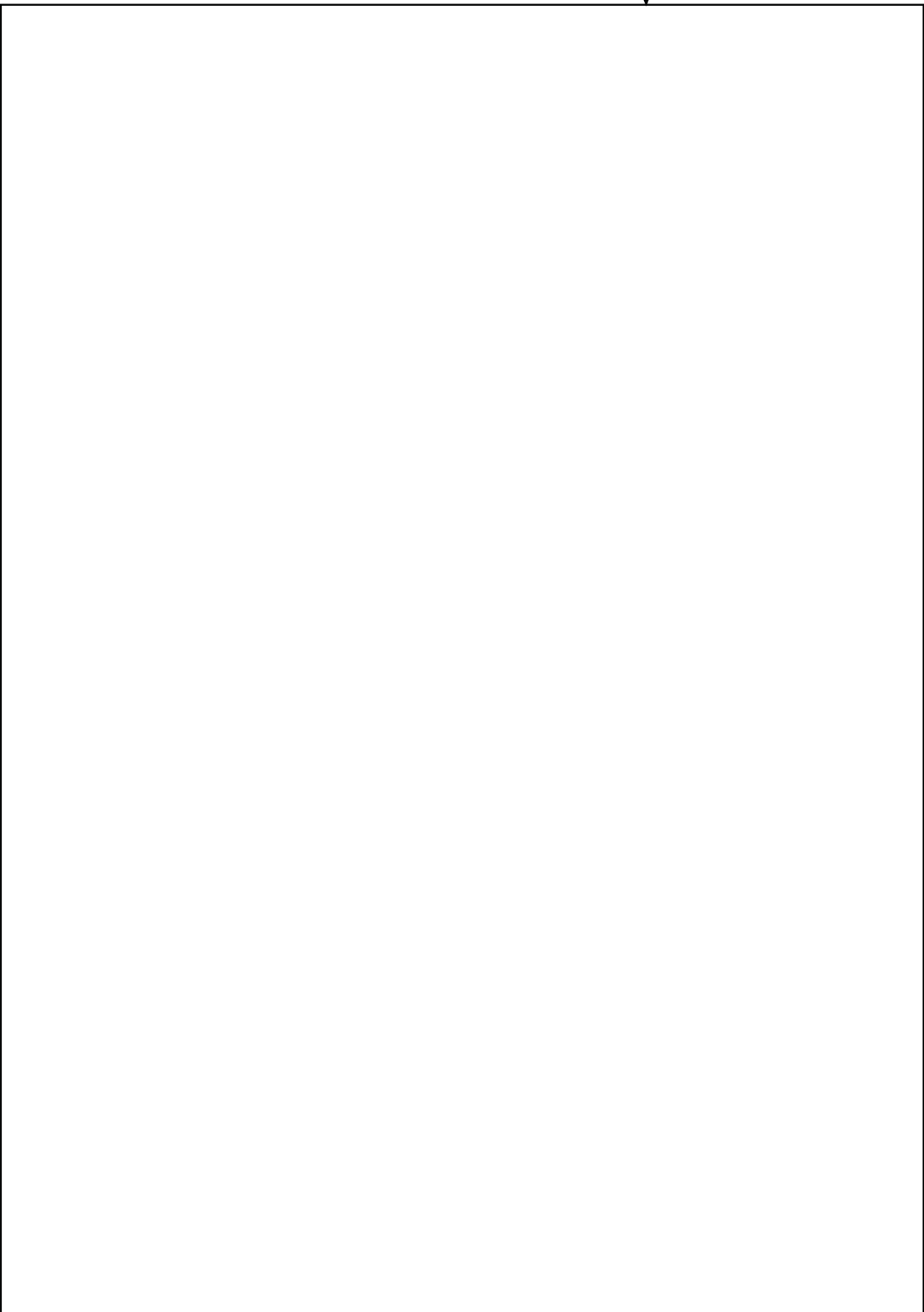
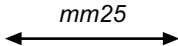
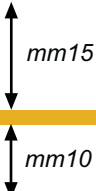
mm45

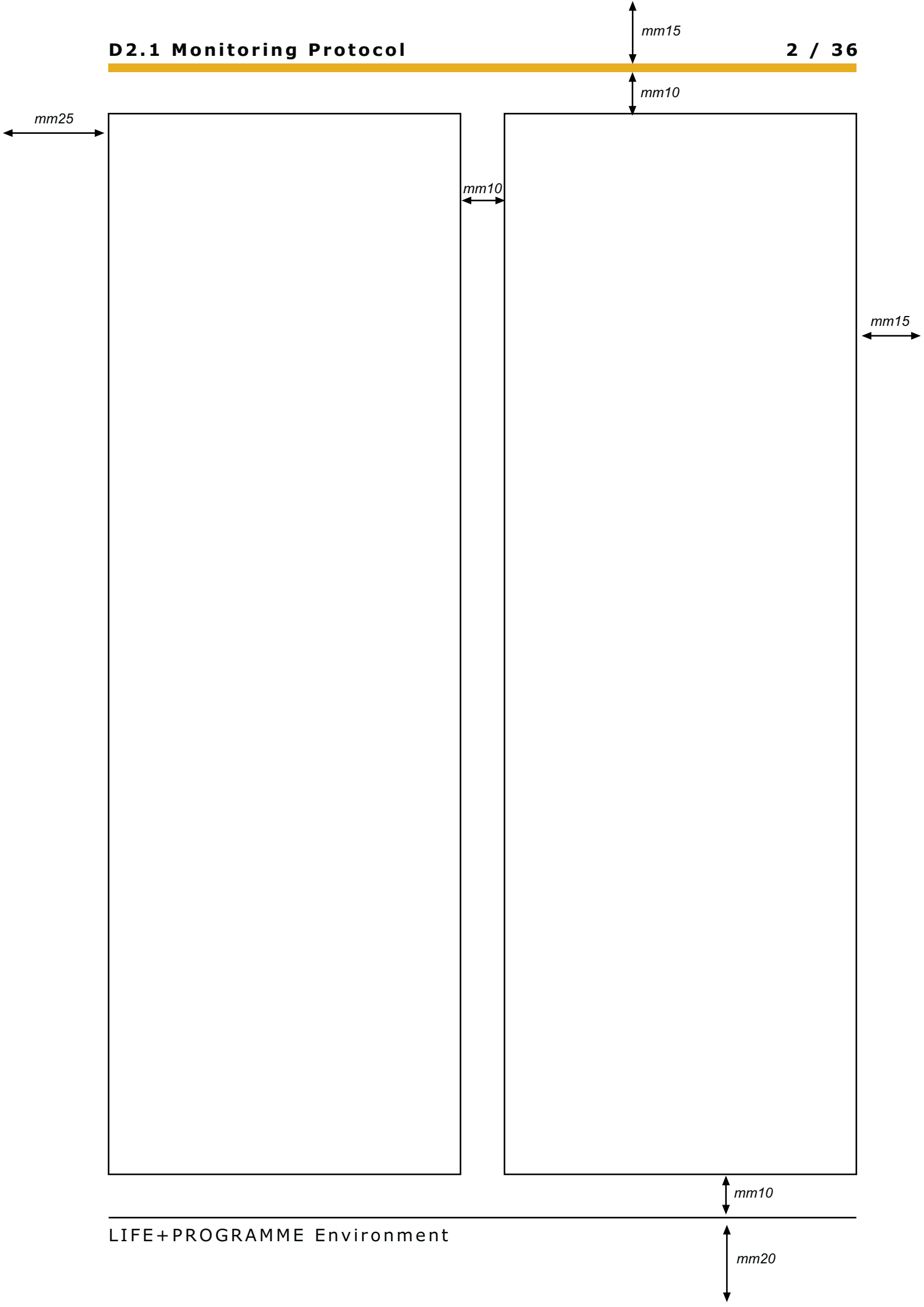
mm15

Acronimo del progetto <i>Project Acronym</i> W.I.Z.
Titolo completo del progetto <i>Project Full Title</i> WIZ – WaterIZE spatial planning: encompass future drinkwater management conditions to adapt to climate change
Numero del progetto <i>Project No</i> LIFE09 ENV/IT/000056

mm15

No. Deliverable D2.1
Programma di Monitoraggio <i>Monitoring Protocol</i>
Mese/Month - Anno/Years Ottobre/October 2010





Newsletter

La newsletter è impaginata su due colonne con un format di circa 3000/3500 battute con l'introduzione di 1/2 foto per articolo, non essendone prevista la stampa cartacea il numero di pagine può oscillare da un minimo di 2 ad un massimo di 4.

La scelta di un numero di battute non elevato è determinata dal fatto che l'approfondimento dell'utente è realizzato on-line e la newsletter ne è una sorta di continuo richiamo.

vedi esempio più avanti.



dicembre 2010 febbraio 2011

NEWSLETTER 2

WIZ una scelta comune

Negli ultimi mesi del 2010 vi sono stati alcuni cambiamenti importanti all'interno del partenariato del progetto WIZ. A chiusura dell'anno si è infatti consolidata la fusione tra Acque Ingegneria s.r.l. (partner associato di WIZ) con Publicacqua Ingegneria s.r.l. con la nascita di Ingegnerie Toscane s.r.l. (partecipata da Acque S.p.A., Publicacqua S.p.A., Acquedotto del Fiore S.p.A., Acea S.p.A.) ad oggi la maggiore società di ingegneria delle acque in Toscana - e tra le principali in Italia. In attesa del confronto formale con la Commissione sull'emendamento del contratto, il progetto WIZ prosegue regolarmente le sue attività traendo per altro vantaggio da questo evento. Al di là delle accresciute competenze tecniche e alla possibilità di far nascere nuovi stimoli e nuove idee per il miglioramento dell'efficacia ed efficienza dell'esecuzione, la fusione genera un naturale ampliamento dell'influenza del progetto sul territorio regionale (infatti, alle aree dell'ATO 2 Basso Valdarno e ATO 6 Ombrone, si aggiunge anche l'ATO 3 Medio Valdarno).



Prima visita di monitoraggio

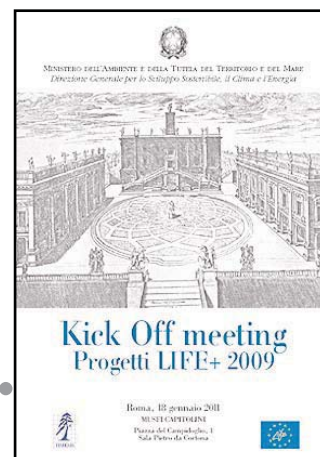
Pisa, 7 Dicembre 2010, Acque Spa - La prima visita del Team di Monitoraggio del Programma Life, Astrale Timesis si è svolta a Pisa presso la sede del beneficiario Acque Spa alla presenza di tutti i partner italiani e con la connessione via Internet di Juan Sobreira Seoane direttore dell'Area Innovazione Tecnologica della Fundación Instituto Tecnológico de Galicia, partner spagnolo. All'incontro hanno partecipato il coordinatore del gruppo di monitoraggio Roberto Ghezzi e la referente per il progetto WIZ Monica Marrucci, il capo progetto Oberdan Cei ed altri rappresentanti dei partner di progetto tra i quali Roberto Cecchini di Acque Spa, Isabella Bonamini e Donella Consolati dell'Autorità di Bacino del Fiume Arno assieme ad altri colleghi.

La visita ha focalizzato l'attenzione sullo stato di avanzamento tecnico del progetto, sugli aspetti amministrativi e finanziari. Gli esiti sono stati complessivamente positivi: tranne un leggero ritardo nell'avvio di alcune azioni, è stata riscontrata una buona impostazione delle fasi iniziali, oltre alla forte coesione tra i partner e alla competenza dello staff di WIZ.



Presentazione di WIZ in Spagna

A Coruña, 14 Dicembre 2010 - Nel corso del 3° Incontro della rete dell'Energia sostenibile, svoltosi a A Coruña alla presenza di numerose istituzioni ed enti, il partner spagnolo ITG ha avuto l'occasione di presentare il progetto WIZ come valido approccio nel campo della governance dell'acqua. Tra gli altri temi, si è infatti discusso di buone prassi nella gestione sostenibile dell'acqua per usi urbani. Nell'occasione, si sono anche ricordati gli ottimi risultati conseguiti con il progetto A.S.A.P.- Actions for Systemic Aquifer Protection – LIFE06/ENV/IT/000255 conclusosi nel 2009 e realizzato in parte dallo stesso partenariato di WIZ (<http://www.klink.it/asap>). L'incontro è stato anche utilizzato per promuovere la partecipazione diretta degli stakeholder al progetto WIZ e raccogliere adesioni.



Kick-Off Meeting

Roma, 18 Gennaio 2011, Musei Capitolini, Sala Pietro da Cortona - Si è svolto a Roma nella cornice dei Musei Capitolini, i Kick-Off Meeting per i Beneficiari dei progetti LIFE+ 2009 approvati in Italia, che ha visto la partecipazione del nostro Capo Progetto, Oberdan Cei e della collega Franca Sussarellu in rappresentanza dei partner. La giornata ha avuto lo scopo di fornire una panoramica sulle regole del Programma LIFE+, sulle interazioni con la Commissione e sul ruolo del gruppo esterno di monitoraggio. Sono stati affrontati anche i principali aspetti relativi alla presentazione dei rapporti, alla disseminazione, alla gestione tecnico-amministrativa e alla rendicontazione finanziaria dei progetti.



INFO

<http://wiz-life.eu> / wiz@wiz-life.eu

Capo progetto: *Ing. Oberdan Cei* (Acque Spa) tel. + 39 050 843445 - o.cei@acqueingegneria.net

Ufficio Stampa e Comunicazione: *Stefano Cambi* (Autorità di Bacino del Fiume Arno) tel. +39 055 26743 208 - s.cambi@adbarno.it

Segreteria Tecnica di Progetto: *Franca Sussarellu* (Ingegnerie Toscane Srl) tel. +39 050 843442 - f.sussarellu@acqueingegneria.net

WEB

Le caratteristiche tecniche del web sono state abbondantemente spiegate nella relazione tecnica interessa qui mostrare come quelle informazioni fondamentali siano state rese comprensibili, in sostanza si è cercato di abbinare alla fruibilità della struttura del web quella della semplicità di accesso alle informazioni.

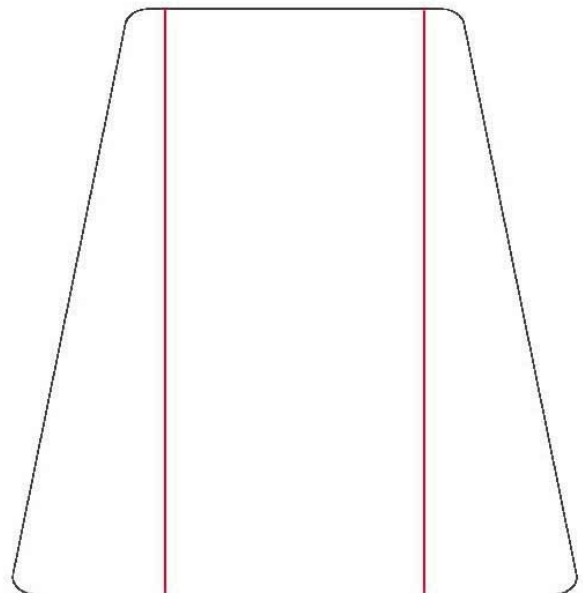
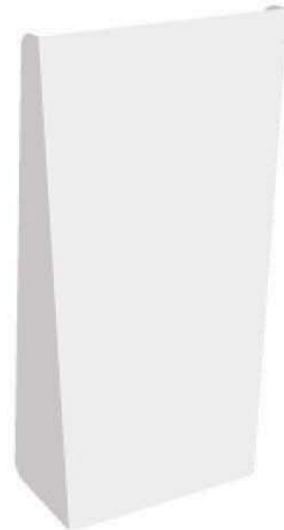


PANNELLI

I pannelli sia che siano realizzati in cartone alveolare che dibond sono di dimensioni altezza 1500mm per 500mm di base e sono autoportanti.

Quelli in dibond sono anche assemblabili e smontabili e dunque adatti al trasporto.

Le caratteristiche grafiche sono le seguenti.



ANNUNCIO / PAGINA ISTITUZIONALE

Le caratteristiche degli strumenti della comunicazione si ritrovano anche nell'annuncio o nella pagina promozionale, unica attenzione va riservata al formato e alla collocazione dei marchi e del testo.

Il progetto è realizzato con il contributo finanziario del Programma LIFE della Commissione Europea



LIFE 09 ENV/IT/000056



una scelta comune



Aeneadum genetrix, hominum divomque voluptas.
alma Venus, caeli subter labentia signa quae mare navigerum, quae terras frugiferentis concelebras, per te quoniam genus omne animantum concipitur visitque exortum lumina solis: te, dea, te fugiunt venti, te nubila caeli adventumque tuum, tibi suavis daedala tellus summittit flores, tibi rident aequora ponti placatumque nitet diffuso lumine caelum.

