



PIANO DI COMUNICAZIONE

Progetto “A.P.P. VER. - APPRENDERE PER PRODURRE VERDE / APPRENDRE POUR PRODUIRE VERT”

febbraio 2018

Soggetto Capofila: Città metropolitana di Torino - Servizio Pianificazione e Gestione Rifiuti, Bonifiche, Sostenibilità Ambientale.

Soggetto attuatore: IRES Piemonte.

Partner: Comune di Pinerolo, CFIQ di Pinerolo-Consortio per la Formazione, l'Innovazione e la qualità', GIP FIPAN de l'Académie de Nice.



Autorità di gestione del Programma: Regione Auvergne Rhône-Alpes.

Progetto presentato sull'Asse prioritario 4: Inclusione sociale e cittadinanza europea.

Obiettivo specifico 4.2 Istruzione e formazione: aumentare l'offerta educativa e formativa e le competenze professionali transfrontaliere.

Settore d'intervento: istruzione e formazione legata al tema della "green economy".

Partecipanti: n. 8 Istituti di scuola secondaria di I° e II° grado di Pinerolo (I.I.S. M. Buniva - CAT – Costruzioni, Ambiente e Territorio; I.I.S. Alberti-Porro-Tecnico commerciale Turismo; I.I.S. Prever: 1) Enogastronomia e ospitalità alberghiera - opzione cucina; 2) Tecnico agrario; Liceo Scientifico M. Curie - Scienze applicate; Liceo G. F. Porporato - Economico sociale; Scuole secondarie di 1°: IC Pinerolo III L. Poet e IC Pinerolo I F. Brignone, 1 agenzia di formazione professionale, n. 5 Lycées, n. 2 Colléges e n. 2 centri di formazione professionale francesi; n. 18 altre realtà scolastiche/territoriali di Città metropolitana e della Région PACA; almeno 80 imprese e altre organizzazioni.

Indirizzi della Formazione Professionale in Italia: turistico-alberghero/turismo sostenibile; edilizia/efficienza energetica.

Stakeholders: Ministeri dell'Ambiente, dell'Istruzione e dell'Agricoltura italiani e francesi, Regione Piemonte, MIUR -USR del Piemonte, Soggetti sottoscrittori del Protocollo "*La Regione Piemonte per la Green Education*", EUSALP, Region PACA, Ministero del Lavoro delle Alpes Maritimes, Rettorati francesi.

Collaborazioni: Associazioni di categoria e ordini professionali, Enti di ricerca, Fondazioni (Symbola e Fondazione per lo sviluppo sostenibile), Intesa Sanpaolo (centro ricerca), Poli di innovazione.

Durata Progetto: 19 gennaio 2017 - 18 gennaio 2020

Avvio Attività: 15 febbraio 2017

INDICE

1. PREMESSA	pag. 4
1.1 Contesto storico-culturale del Progetto “A.P.P. VER.”	pag. 5
1.2 Metodologia e struttura	pag. 6
1.3 Analisi dello scenario	pag. 7
1.4 Obiettivi generali e specifici del Progetto	pag. 8
2. SINTESI DELLE ATTIVITA' PREVISTE DAL PROGETTO	pag. 9
3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE	pag. 10
3.1 Gli attori del Piano di Comunicazione	pag. 11
3.2 Gli obiettivi della comunicazione e disseminazione dei risultati	pag. 12
4. DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE	pag. 13
4.1 Segmentazione del pubblico di riferimento: Interlocutori interni ed esterni	pag. 15
5. STRUMENTI E APPLICAZIONI	pag. 16
5.1 Canali e mezzi	pag. 19
5.2 Siti web istituzionali del Progetto e uso dei socialnetwork	pag. 19
5.3 Materiale promozionale	pag. 20
5.4 Comunicati stampa, articoli, newsletter	pag. 20
5.5 Prodotti multimediali	pag. 20
5.6 Convegni, eventi, incontri, interventi, seminari, workshop	pag. 21
6. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	pag. 24

Allegati:

Allegato A: “I miei obblighi di d’informazione e comunicazione 2014-2020 per il Programma INTERREG V-A FRANCIA ITALIA ALCOTRA”.

1. PREMESSA

Il **Progetto “A.P.P. VER. - Apprendere Per Produrre Verde - Apprendre Pour Produire Vert”**, si pone come obiettivo generale quello di promuovere lo sviluppo della “Green e Circular Economy” nell’area transfrontaliera e di aumentare e qualificare l’offerta educativa, formativa e professionale per adeguarla alle trasformazioni sociali ed economiche nel campo della “green economy”, a partire dalla costruzione di una rete di partenariato con scuole, aziende, enti locali e istituzioni dei territori italiani e francesi, e favorendo anche la mobilità degli studenti.

Il rinnovamento della cultura economico-sociale del sistema transfrontaliero presuppone un’interazione sempre maggiore tra scuola e territorio e il riconoscimento di percorsi professionalizzanti per l’“economia verde” fondati sui bisogni del mondo produttivo e sui fabbisogni formativi degli studenti e dei formatori compresi quelli di apprendimento integrato come le esperienze di scuola-lavoro, studi sul campo, progettazioni partecipate e di cittadinanza attiva.

Il Progetto “A.P.P. VER.” è stato presentato sull’“Asse prioritario 4: Inclusione sociale e cittadinanza europea” e ha come obiettivo specifico il 4.2 - Istruzione e formazione - che corrisponde allo sviluppo e all’aumento dell’offerta educativa e formativa e delle competenze professionali transfrontaliere. Si propone, pertanto, di conseguire l’obiettivo di armonizzare l’offerta educativa e formativa nell’ambito delle competenze transfrontaliere legate al tema della “Green Economy”.

Il Piano di Comunicazione, come strumento di coordinamento nella programmazione di specifiche azioni di comunicazione, e utile per armonizzare le azioni previste in coerenza con l’individuazione di specifici obiettivi, ha una doppia finalità:

1. di progettazione strategica per poter predisporre un quadro generale di riferimento per la gestione efficace delle attività di comunicazione;
2. di progettazione operativa e di coinvolgimento attivo dei partner e degli stakeholder tenendo conto dei target specifici e dei traguardi da conseguire che costituiscono la materia prima e sostanziale per l’opera di comunicazione, divulgazione e disseminazione dei risultati.

Nella fattispecie, la comunicazione riguardante il Progetto A.P.P. VER., dovrà attenersi, al rispetto di una grafica comune da applicare a tutti i prodotti di comunicazione che andrà curata, in fase realizzativa, in coerenza con le direttive europee di cui al successivo punto 1.2 Metodologia e struttura.

Sarà cura della Città metropolitana di Torino, Capofila del Progetto “A.P.P. VER.”, l’inclusione di tutti i soggetti previsti dal partenariato in un processo di condivisione e di coinvolgimento attivo nella redazione del Piano per la costituzione di una rete informata e coordinata al fini del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione.

Il presente Piano costituirà, altresì, lo strumento guida e di regolamentazione interna al partenariato per una corretta gestione e rendicontazione della spesa relativa alla comunicazione del progetto. Andranno, pertanto quantificate e risorse finanziarie e umane e i mezzi a cui si potrà avere accesso con le risorse a disposizione. L’obbligo, per l’ammissibilità della spesa e per la comunicazione esterna del Progetto, di indicare

espressamente il nome del progetto con il logo europeo e l'appartenenza al Programma Interreg-ALCOTRA, è tassativo su ogni procedura per la selezione di collaboratori, fornitori esterni, soggetti attuatori, ecc..

1.1 Contesto storico-culturale del Progetto "A.P.P. VER."

La Città metropolitana di Torino, sulla scia di una pregressa esperienza di progettazione europea realizzata dall'Ente Provincia di Torino, ha al suo attivo numerose progettualità europee su molteplici aree di competenza.

Si citano alcuni Progetti strategici realizzati in passato:

- PEEF "Polo d'eccellenza: educazione e formazione", con capofila la Regione Piemonte, nel quadro comune dell'educazione, della formazione e dell'impiego tra le regioni transfrontaliere;
- DEGUST'ALP, con capofila la Regione Piemonte, per la promozione di una maggiore consapevolezza delle relazioni che intercorrono tra alimentazione, salute e ambiente;
- "Local Agenda 21 in territorial planning in energy and waste management" - Programma di Cooperazione nel Mediterraneo ENPI CBCMED, capofila la Provincia di Viterbo, per lo sviluppo della pianificazione strategica territoriale nei settori dell'energia e dei rifiuti;

All'interno del Programma COMENIUS REGIO i Progetti:

- EN.DE.DU. "Ensemble pour le Développement Durable", capofila la Provincia di Torino per il perseguimento di un sviluppo sostenibile secondo prospettive ambientali, giuridiche, economiche, sociali e di integrazione transfrontaliera;
- 3E "EMPREDIMIENTO, EDUCACION Y EMPRESA", con il Comune La Seu d'Urgel (Spagna) come capofila, per un confronto e una formazione dei formatori sull'autoimprenditoria giovanile nei territori montani;
- "PreMo - Prepara la Mobilità", capofila la Provincia autonoma di Trento - Programma del fondo sociale europeo LLP.

Come Città metropolitana di Torino, tra le numerose esperienze in qualità di capofila, il Programma Horizon 2020, con il progetto "SPP REGIONS", per l'implementazione di Acquisti Pubblici Sostenibili (SPP) attraverso un'attività di cooperazione tra Pubbliche Amministrazioni Europee.

Il Comune di Pinerolo mette a disposizione di A.P.P. VER. competenze specifiche nell'ambito dello sviluppo locale sostenibile sviluppate nel tempo con progetti di sviluppo territoriale a carattere sovracomunale quali il Patto Territoriale (Progetto: "Promozione della sostenibilità nel pinerolese" finanziato dalla Provincia di Torino e co-finanziato dal Comune di Pinerolo, dalla Comunità Montana Val Pellice, dalla Comunità Montana Valli Chisone e Germanasca, dalla Comunità Montana Pinerolese Pedemontano, dall'Associazione dei Comuni di Pianura) ed il Programma Territoriale Integrato del Distretto delle Valli Olimpiche, del Pinerolese e della Val Sangone.

Obiettivo del Comune di Pinerolo è quello di promuovere una strategia di sviluppo del sistema territoriale fondata su forti connessioni fra sistema scolastico territoriale, imprenditorialità e sostenibilità ambientale.

Il Consorzio per la Formazione, l'Innovazione e la Qualità (C.F.I.Q.) di Pinerolo opera come Agenzia Formativa ha maturato negli anni un'esperienza nell'area del pinerolese e piemontese sul tema della sostenibilità. Come partner e come capofila ha partecipato a numerosi progetti finanziati nell'ambito del programma ERASMUS+, nel programma LLP e nell'Avviso regionale Mobilità Transnazionale.

Tra i suoi scopi (in coerenza con gli obiettivi di A.P.P. VER), contribuisce a realizzare:

- l'inserimento lavorativo di giovani in uscita dalla scuola dell'obbligo o che non hanno assolto l'obbligo;
- l'inserimento lavorativo di giovani tramite percorsi di "formazione iniziale";
- la specializzazione e la qualificazione di giovani diplomati per favorire l'integrazione tra il sistema formativo e dell'istruzione e lo sviluppo di nuove professionalità connesse a nuove tecnologie e a nuove forme di organizzazione del lavoro;
- gli interventi volti ad azioni di ricerca e studio nel campo dell'istruzione e della formazione professionale;
- l'integrazione o la reintegrazione nel mercato del lavoro di adulti e di giovani disoccupati

Il GIP FIPAN (Gruppo di Interesse Pubblico Formazione e Inserimento Professionale dell'Accademia di Nizza) è una struttura pubblica situata a Nizza, costituitasi con una Convenzione tra l'Accademia di Nizza - Ministero dell'Educazione Nazionale e Ministero dell'Insegnamento Superiore e della Ricerca - e alcuni Licei di Nizza, Valbonne, Cannes, La Seyne sur mer, e Lorgues. Lavora nel quadro degli orientamenti definiti dal Rettore per lo sviluppo della formazione continua degli adulti, della formazione e dell'inserimento professionale e gestisce e coordina i Progetti Europei per conto dell'Accademia di Nizza.

Nello specifico si occupa anche di:

- gestire e coordinare i progetti europei per conto dell'Accademia di Nizza coinvolgendo anche i diversi ordini scolastici;
- attività di ricerca, sviluppo e ingegneria della formazione per la formazione professionale degli adulti;
- sviluppo della formazione dei formatori, di servizi di consulenza nella formazione, di formazione per i centri pubblici locali, la rete dei GRETA (gruppi di centri di formazione pubblica), di aziende, di settori professionali, di OPCA, le autorità locali e regionali;
- sviluppo di metodi e strumenti pedagogici, di competenza, d'ingegneria e di gestione professionale; informazione, orientamento e accompagnamento per la "Validazione dell'acquisizione dell'esperienza" - V.A.E.;
- creazione del servizio "KOMPASO" per realizzare reti in partenariato per le possibile candidature ai differenti Programmi Europei.

1.2 Metodologia e struttura

Per la realizzazione del Piano di Comunicazione del Progetto "A.P.P. VER.", è stata seguita la *Metodologia proposta dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della Funzione Pubblica - "Pubblica Amministrazione di Qualità"* - e dal *Manuale "Il Piano di Comunicazione nelle amministrazioni pubbliche"* - prodotto dalla *Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica per l'Efficienza delle Amministrazioni nella collana "Cantieri - Analisi e strumenti per l'innovazione"* - N. Levi (a cura di), *Il Piano di Comunicazione nelle amministrazioni pubbliche, Edizioni scientifiche italiane, Roma-Napoli, 2004.*

L'articolazione del Piano segue i passaggi metodologici proposti dal Manuale sopracitato che portano all'identificazione delle strategie, delle attività, degli strumenti e delle azioni di comunicazione e diffusione che avranno attuazione durante l'intera durata del Progetto, stante gli obblighi di informazione e comunicazione 2014-2020 per il Programma INTERREG V-A FRANCIA ITALIA ALCOTRA, comprensive di istruzioni tecniche, per l'utilizzo del Logo e da rispettare per i principali prodotti di comunicazione prodotti dal Capofila e da ciascun partner, scaricabili dal sito web: www.interreg.alcotra.eu

(Allegato A: “I miei obblighi di d’informazione e comunicazione 2014-2020 per il Programma INTERREG V-A FRANCIA ITALIA ALCOTRA”).

Gli stessi obblighi, riportati nella **Guida di Attuazione al Programma di Cooperazione Territoriale Europea INTERREG V A – Italia – Francia (ALCOTRA)**, al paragrafo 11.8 - “Comunicazione e pubblicità delle operazioni”, prevedono sostanzialmente:

- l'informazione al pubblico, sui documenti di implementazione, circa il finanziamento proveniente dall'Unione Europea per contribuire a rafforzare il processo di costruzione europea e il ruolo svolto dall'Unione;
- l'emblema dell'unione europea e i riferimenti al Programma di Cooperazione ALCOTRA con l'utilizzo del Logo del Programma su tutti i documenti predisposti per la comunicazione e su attestati, dichiarazioni e quant'altro verrà preparato a fini informativi e comunicativi;
- la pubblicazione del Progetto sui siti web di Capofila e partner con descrizione del Progetto e sostegno finanziario ricevuto;
- la collocazione, durante l'esecuzione del Progetto, in un luogo ben visibile posto all'ingresso degli uffici o dell'edificio, di un poster temporaneo di presentazione in un formato in almeno A3 che citi il progetto, le sue finalità e il riferimento al sostegno finanziario europeo;
- la sostituzione, entro 3 mesi dal completamento del Progetto, del poster temporaneo con una targa o cartellone permanente, in un luogo sempre visibile al pubblico, dove andrà nuovamente trascritto il nome del Progetto, l'obiettivo principale e l'indicazione del Logo Interreg ALCOSTRA. In entrambe le tipologie di comunicazione (cartelloni temporanei e cartelloni permanenti e/o targhe), queste informazioni specifiche dovranno occupare almeno il 25% della superficie dello spazio all'intero dei cartelloni o delle targhe.

Come negli altri progetti europei, anche per il Progetto A.P.P. VER., la comunicazione ha il compito principale di divulgare gli obiettivi del Progetto, valorizzare il partenariato, assicurarsi il sostegno degli stakeholder e trasferire l'esperienza realizzata e strutturata su altri contesti, settori, attori e dimensioni.

Il carattere transfrontaliero delle iniziative di comunicazione va tenuto presente in quanto è d'obbligo l'utilizzo delle due lingue del Programma (italiano e francese). In linea generale le due lingue dovrebbero avere pari dignità e, pertanto, solo in casi di reale e motivata impossibilità potrà essere utilizzata una sola lingua.

1.3 Analisi dello scenario

L'analisi dello scenario presuppone la conoscenza di alcune criticità territoriali e la consapevolezza che, per il loro superamento, occorre una partnership, su scala

transfrontaliera, in grado di confrontarsi costruttivamente, ricca di esperienze da scambiare, condividere e integrare.

Le criticità da cui si è partiti per l'analisi dei bisogni e fabbisogni generali relativamente al Progetto "A.P.P. VER." hanno portato alla considerazione di alcuni elementi da perseguire, ritenuti fondamentali e imprescindibili, che risultano essere i seguenti:

- il riconoscimento di criteri comuni per individuare i contesti produttivi "green";
- la conoscenza, da parte delle scuole, di prodotti e processi innovativi all'interno della "green economy";
- la qualificazione degli stage e/o di altre forme di collaborazione con imprese e istituzioni e la successiva rielaborazione in ambito scolastico;
- l'armonizzazione, su scala transfrontaliera, di tutti gli indirizzi scolastici con le esigenze del mercato del lavoro per fornire agli studenti le competenze specialistiche e trasversali (soft skill) e lo sviluppo di una cooperazione attiva con il territorio: imprese, organizzazioni professionali, camere di commercio, enti locali, regionali, ecc.;
- la qualificazione dell'offerta formativa in una ottica di innovazione a partire dalla scuola secondaria di primo grado in Italia e dai Collège in Francia ai fini di un efficace orientamento scolastico;
- la metodologia didattica fondata sul protagonismo degli studenti per promuovere approcci multidisciplinari e interdisciplinari ad alto contenuto tecnologico;
- l'aggiornamento degli insegnanti e dei formatori per realizzare attività di qualità e maggiormente calate nel contesto socio-economico in trasformazione;
- la condivisione di strumenti e modalità di valutazione e di certificazione delle competenze omogenei a scala transfrontaliera per questi ambiti di sviluppo e formazione;
- la mobilità dei giovani.

1.4 Obiettivi generali e specifici del Progetto

Obiettivi generali:

1. qualificare l'offerta educativa e formativa dell'area transfrontaliera per adeguarla alle trasformazioni economiche e sociali in atto e al cambiamento di prospettiva reso possibile dallo sviluppo della "green economy";
2. creare nuovi profili professionali con percorsi curricolari e di alternanza scuola-lavoro innovativi e qualificati;
3. utilizzare metodologie e strumenti riconoscibili da entrambi i paesi attraverso una sperimentazione con scuole e agenzie di formazione di diverso indirizzo, ordine e grado;

4. sedimentare, in ambito istituzionale italiano, francese ed europeo (in particolare EUSALP) i risultati ottenuti.

Obiettivi specifici:

1. qualificare, da un punto di vista formativo, il sistema produttivo “verde” transfrontaliero, aumentando la cooperazione tra mondo scolastico e formativo, e selezionare, nei diversi settori produttivi e/o di servizi, le organizzazioni dell’”economia verde” utilizzando indicatori, strumenti e modalità in grado di validare scientificamente i criteri utilizzati;
2. qualificare le organizzazioni selezionate, dal punto di vista formativo, analizzando i bisogni di competenza, i percorsi di alternanza scuola-lavoro e le altre forme di collaborazione in coerenza con gli indirizzi scolastici;
3. formare i tutor aziendali e scolastici per una più qualificata gestione dell’alternanza scuola-lavoro e produrre profili e percorsi professionalizzanti per più indirizzi scolastici anche attraverso la formazione dei docenti: profili di competenza in risposta alle caratteristiche dell’”economia verde” e metodi e strumenti per la certificazione delle competenze;
4. diffondere i risultati e le modellizzazioni in altri istituti scolastici, agenzie di formazione professionale, enti locali, aziende, servizi e altre istituzioni del territorio transfrontaliero, e condividere i risultati in ambito europeo per favorire la sussidiarietà con altri progetti e programmi.

2. SINTESI DELLE ATTIVITÀ PREVISTE DAL PROGETTO

Le attività del Progetto sono strutturate in **n. 4 Work Package**, di seguito denominati semplicemente **WP**, ognuno dei quali prevede azioni coerenti al proprio **WP**:

WP0 - Preparazione del Progetto: elaborazione di una progettualità strategica e di una modellizzazione con valenza transfrontaliera per favorire una maggiore garanzia di occupazione giovanile in ambiti innovativi da punto di vista della “green economy”.

WP1 - Governance e gestione tecnica e amministrativa del progetto:

- Azione 1.1 - Governance e gestione amministrative del progetto;
- Azione 1.2 – Valutazione e Monitoraggio delle attività progettuali.

WP2 – Comunicazione e Disseminazione:

- Azione 2.1 - Comunicazione a supporto del progetto;
- Azione 2.2. - Disseminazione del progetto per fini operativi;
- Azione 2.3 - Disseminazione del progetto per fini scientifici e di progettualità strategica.

WP3 - Modelli di collaborazione transfrontaliera per l’istruzione e la formazione “verdi:

- Azione 3.1 – Individuazione delle organizzazioni (pubblico/private) dell’economia verde in Italia e in Francia;
- Azione 3.2 – Analisi partecipata dei fabbisogni di istruzione e formazione professionale;
- Azione 3.3. Strumenti e Metodi per aumentare la competitività e la cooperazione tra mondo della formazione e mondo del lavoro;
- Azione 3.4 - Formazione per tutor aziendali, scolastici e della formazione professionale.

WP4 – Progettazione e sperimentazione di percorsi scolastici e formativi innovativi:

- Azione 4.1 “Curvatura green” del curricula e metodologie innovative per la costruzione di soft skill;
- Azione 4.2 – Workshop formativi per insegnanti e formatori per la qualificazione “verde” dei curricula;
- Azione 4.3 – Visite e stage: l’alternanza scuola-lavoro.

Nelle attività descritte in altri *WP* che non siano il *WP2* il livello di comunicazione è interno e si esplicita, come di seguito:

- **nel WP1: nella comunicazione insita nel coordinamento generale, finalizzata a un’efficace project management interno**, vale a dire nella gestione amministrativa e nell’attuazione di obiettivi e tempistiche predefinite con coordinamento tra partner e azioni. Per esempio: istituzione dei gruppi e sottogruppi di lavoro; del Comitato di Pilotaggio; organizzazione di meeting; verbalizzazioni di riunioni; predisposizione del Workplan e delle Linee Guida per il monitoraggio e la valutazione; definizione delle attività di comunicazione per la definizione del Piano di Comunicazione, nomina dei membri dei Gruppi di Lavoro previsti dal Progetto e del Coordinamento Tecnico Scientifico Transfrontaliero;
- **nel WP3 e WP4: nella comunicazione esterna nelle azioni di funzionamento del progetto con i collaboratori e i destinatari per la conoscenza, formazione, educazione e divulgazione dei risultati di ricerca**, per contestualizzare i percorsi di alternanza scuola-lavoro da integrare nei percorsi curricolari dell’istruzione e della formazione professionale con l’obiettivo di qualificare l’offerta formativa “verde. Ad esempio: predisposizione di materiali di ricerca e di report dei risultati delle analisi, quaderni profili per il sistema scolastico per la scuola secondaria di secondo grado, per la formazione professionale e per l’orientamento, redazione del sussidiario, divulgazione del portfolio CVdeFUTUR e dei report sullo stesso; linee guida per l’alternanza scuola-lavoro; glossari bilingue, ecc. ecc..

3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

La strategia di comunicazione, utile a inquadrare la struttura e il contenuto dei messaggi da veicolare, serve a esplicitare i seguenti scopi:

- il coinvolgimento dei destinatari delle azioni previste;
- la diffusione dei prodotti realizzati perché raggiungano i destinatari voluti;

- la promozione del progetto stesso.

La comunicazione definisce, dunque, a quali segmenti di popolazione ci si vuole rivolgere e con quali mezzi, e comporta un livello di coinvolgimento con gli stakeholders di lungo periodo poiché i feedback in itinere, che occorrono per migliorare e monitorare i risultati attesi, devono procedere di pari passo con la realizzazione del progetto.

Il Piano di Comunicazione individua gli stakeholders da coinvolgere nelle diverse fasi e nelle diverse sotto-azioni, e risponde ad alcuni fattori chiave:

- COSA: messaggi e prodotti da realizzare;
- A CHI: target di scopo;
- PERCHÉ: obiettivi comunicativi;
- COME: metodi e modalità;
- QUANDO: tempistica e momenti opportuni.

L'attività di comunicazione del Progetto A.P.P. VER. mira a:

- sostenere il nuovo modello di sviluppo del territorio ALCOTRA basato sui principi della sostenibilità e dell'inclusione;
- alimentare il cambiamento culturale che si fonda su valori culturali comuni;
- condividere il Progetto A.P.P. VER.;
- costruire un'identità di progetto;
- favorire la partecipazione di tutti gli interessati, relativamente al loro ruolo e alla loro responsabilità.
- aumentare l'attrattiva del sistema dell'istruzione e della formazione professionale, nonché la "promozione" di una nuova istruzione che investe "nelle abilità in vista di migliori risultati socio-economici", così come indicato nella Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni, denominato "Ripensare l'istruzione: investire nelle abilità in vista di migliori risultati socio-economici" (2012).

La comunicazione si rivolge a numerose tipologie di target coinvolti (studenti e famiglie, insegnanti, imprese, istituzioni e cittadini) che appartengono a territori differenti: da quelli degli istituti scolastici in ambito metropolitano e dipartimentale (Alpes Maritimes, Alpes de Haute Provence e Hautes Alpes) alle Regioni (Piemonte, PACA), fino ai livelli nazionali italiano e francese e all'area EUSALP.

La strategia di comunicazione scelta per il Progetto "A.P.P. VER." è quella cosiddetta di "agevolazione", cioè una comunicazione che si indirizza in modo trasparente ai destinatari in funzione di una libertà d'informazione che intende tutelare l'individualità e la libertà di formazione dell'opinione pubblica.

Sarà orientata al pubblico di riferimento e "differenziata", tarata sulle caratteristiche specifiche di ogni singolo gruppo individuato dalla segmentazione del pubblico di riferimento; generalmente "mediata" con uno stile di volta in volta differente a seconda del target:

- "informativo" e/o
- "educativo", a seconda delle esigenze di ogni singola azione.

3.1 Gli attori del Piano di Comunicazione

La predisposizione del Piano di Comunicazione del Progetto “A.P.P. VER.” è in capo alla **Città metropolitana di Torino**, Capofila del Progetto.

Il Piano di Comunicazione avrà, per il Capofila, un Responsabile della Comunicazione Istituzionale e un Referente per il Servizio Pianificazione e Gestione Rifiuti, Bonifiche, Sostenibilità Ambientale dell’Ente in collaborazione con gli altri partner di progetto.

Il Piano verrà redatto anche con il supporto di un team di giovani creativi (T.G.C.) costituito da minimo 6 studenti provenienti dall’università e dalle scuole di istruzione superiore e/o master nel campo della comunicazione ambientale (creativi del marketing e della pubblicità, graphic designer, media, e strategic planner, ecc.), e con criteri di pari opportunità (inseriti in un percorso di stage obbligatorio, anche favorendo la certificazioni dei crediti).

Il T.G.C. si interfacerà con il Gruppo Tematico Comunicazione (G.T.C.), animato e coordinato da GIP FIPAN, composto da 8 membri esperti nei settori informativi e informatici, e da docenti.

In particolare il **GIP FIPAN**, che si avvarrà di canali di comunicazione innovativi rivolgendosi ad alcune Start-Up ITC del polo tecnologico e universitario di Sophia Antipolis (Département des Alpes-Maritimes), definirà i principali target groups delle attività di comunicazione e i relativi messaggi chiave per il loro coinvolgimento, i canali di comunicazione da attivare, i materiali promozionali da divulgare e gli indicatori per valutare l’efficacia della comunicazione e le misure da adottare per azioni correttive e modifiche.

Una cura particolare alla sostenibilità economica dei prodotti e dei processi sarà costantemente in azione per monitorare la sostenibilità anche ambientale delle azioni in coerenza con l’Attuazione del Protocollo d’Intesa per gli Acquisti Pubblici Ecologici promosso nel 2003 dalla Città metropolitana di Torino per ridurre i consumi e applicare i principi del Green Public Procurement.

La Città di Pinerolo coinvolgerà un gruppo di studenti (uno per scuola) che si occuperanno anche di individuare e alimentare azioni specifiche sui Social Network.

CFIG parteciperà alla Redazione del Piano con particolare riguardo al sistema della formazione professionale.

Gli **stakeholders** italiani e francesi, in particolare Regione Piemonte, MIUR - Ufficio Scolastico Regionale del Piemonte, il Rettore di Nizza, le Associazioni di Categoria, gli Ordini professionali, verranno coinvolti rispettivamente alle loro reti di riferimento.

3.2 Gli obiettivi della comunicazione e disseminazione dei risultati

Gli obiettivi principali dell’attività di comunicazione e disseminazione del Progetto “A.P.P. VER.” sono:

- il raggiungimento degli obiettivi strategici fissati a livello europeo nei Programmi Interreg ALCOTRA, come già evidenziato;

- il valore aggiunto che consegue al raggiungimento degli obiettivi specifici sviluppati all'interno di A.P.P. VER., evidenziandone il valore innovativo per i territori interessati al Progetto.
- la diffusione delle informazioni relative ai risultati e ai prodotti realizzati all'interno del Progetto a livello italiano e francese;
- il rafforzamento dei rapporti tra i partner e il coinvolgimento e la partecipazione dei gruppi target.

Gli obiettivi operativi di comunicazione possono essere suddivisi in obiettivi di comunicazione interna ed esterna. Rispetto al sistema di relazioni che A.P.P. VER. intende promuovere, alcuni obiettivi potranno essere trasversali ai due ambiti di comunicazione.

Per la comunicazione interna sarà fondamentale la condivisione di obiettivi comuni attorno al concetto di partnership e relativamente al principio della collaborazione e del confronto. Valorizzando il ruolo di ciascun interlocutore la comunicazione dovrà curare le modalità di attuazione di compiti e attività.

Per la comunicazione esterna andrà manifestata l'esigenza di una trasformazione nel sistema dell'istruzione e della formazione transfrontaliero per realizzare al meglio le soluzioni che il Progetto di propone nel campo della "green economy".

La necessità di una conoscenza più approfondita dei fenomeni per proporre soluzioni mirate (attività di ricerca e di studio) e la creazione di un senso di attesa positiva dei risultati vanno interpretati e comunicati come sforzi per costruire e valorizzazione un nuovo senso di comunità, e il ruolo delle istituzioni al passo con i cambiamenti economici e sociali.

Proporre un'immagine coordinata del Progetto, saper "attrarre" con partecipazioni autorevoli e di impatto agli eventi di apertura o a quelli dedicati al mondo scolastico, ha il significato di indirizzare la comunicazione verso un vasto pubblico di riferimento, anche grazie ai mass media coinvolti, con notizie da diffondere, miglioramento dell'informazione e possibilità di modificare atteggiamenti mentali e pregiudizi di opinione sugli argomenti oggetto del lavoro di comunicazione.

4. DESTINATARI DELLA COMUNICAZIONE

I destinatari individuati per le attività di comunicazione e disseminazione afferiscono a quattro settori di interesse:

- istituzionale: sono gli interlocutori di livello regionale, nazionale ed europeo che necessitano di una costante informazione e di aggiornamento rispetto alle fasi di realizzazione del Progetto;
- del pubblico specializzato: sono i partner di progetto ma anche gli stakeholders che avanzano interessi specifici sulle azioni del progetto e sanno valutarne gli effetti in termini tecnici ed economici;

- l'opinione pubblica: chi può trarre un vantaggio dai risultati del Progetto in termini di qualità della vita, dei servizi e delle opportunità lavorative;
- i mass media: strategicamente fondamentali perché in grado di amplificare le comunicazioni a loro indirizzate e di dare risonanza alle azioni del Progetto.

Tav.1 Gruppi target di riferimento per la comunicazione

Gruppi target di riferimento	Soggetti interessati
Istituzioni e Stakeholders	Commissione Europea Ministero dell'Ambiente, dell'Istruzione e dell'Agricoltura italiani e francesi Regione Piemonte, MIUR -USR del Piemonte, Soggetti sottoscrittori del Protocollo <i>"La Regione Piemonte, Assessorato Regionale per la Green Education"</i>
	Istituzioni educative, Scuole, Centri di Formazione e Università
	EUSALP Region PACA
	Ministero del Lavoro delle Alpes Maritimes
	Rettorati francesi Istituzioni educative, Scuole, Centri di Formazione e Università
Pubblico specializzato	Partner di progetto e interlocutori interni al Sistema
	Gruppi di interesse
Opinione pubblica	studenti, famiglie, cittadini, mondo accademico, imprenditori con interessi economici nell'area di interesse, centri studi o società di ricerca
Mass media e operatori della comunicazione	Quotidiani, comunicati stampa, TV, radio, siti web, social network, video

Questi quattro gruppi sopra specificati, essendo portatori di interessi differenti, saranno oggetto di attività di divulgazione appositamente mirate.

La comunicazione, che si rivolge a numerose tipologie di target (studenti e famiglie, insegnanti, imprese, istituzioni e cittadini), terrà conto dei numerosi e differenti territori

interessati: da quelli degli istituti scolastici in ambito metropolitano e dipartimentale (Alpes Maritimes, Alpes de Haute Provence e Hautes Alpes) alle Regioni (Piemonte, PACA), fino ai livelli nazionali italiano e francese e all'area EUSALP.

4.1 Segmentazione del pubblico di riferimento: interlocutori interni ed esterni

Il pubblico di riferimento, nel Progetto "A.P.P. VER." viene raggruppato in due aree, una interna e l'altra esterna al Progetto le quali si articolano, a loro volta, in gruppi di destinatari specifici:

Interlocutori interni al Sistema:

Capofila del Progetto; Project Manager; Responsabile Tecnico, Responsabile della Comunicazione; Responsabili di ciascun partner coinvolto.

Gruppi di interesse: Associazioni di categoria e ordini professionali, Enti di ricerca, Fondazioni (Symbola e Fondazione per lo sviluppo sostenibile), Imprese e organizzazioni, Intesa Sanpaolo (centro ricerca), Poli di innovazione,

Istituzioni educative, Scuole, Centri di Formazione e Università: n. 8 Istituti di scuola secondaria di 1° e 2° grado di Pinerolo (I.I.S. M. Buniva - CAT – Costruzioni, Ambiente e Territorio; I.I.S. Alberti-Porro-Tecnico commerciale Turismo; I.I.S. Prever: 1) Enogastronomia e ospitalità alberghiera - opzione cucina; 2) Tecnico agrario; Liceo Scientifico M. Curie - Scienze applicate; Liceo G. F. Porporato - Economico sociale; Scuole secondarie di 1°: IC Pinerolo III L. Poet e IC Pinerolo I F. Brignone, 1 agenzia di formazione professionale, n. 5 Lycées, n. 2 Colléges e n. 2 centri di formazione professionale francesi; n. 18 altre realtà scolastiche/territoriali di Città metropolitana e della Région PACA, Università degli Studi di Torino e Politecnico di Torino.

Stakeholders: Ministeri dell'Ambiente, dell'Istruzione e dell'Agricoltura italiani e francesi, Regione Piemonte, MIUR -USR del Piemonte, Soggetti sottoscrittori del Protocollo "*La Regione Piemonte per la Green Education*", EUSALP, Region PACA, Ministero del Lavoro delle Alpes Maritimes, Rettorati francesi.

Mass media e operatori della comunicazione: Quotidiani e periodici locali e nazionali anche on-line; comunicati stampa per i media locali e nazionali (giornali, radio e TV); materiali promozionale (brochure, articoli, cartelle, presentazioni, ecc.); siti web; eventi (seminari, workshops, conferenze, ecc.).

Opinione pubblica: pubblico appartenente all'area del Programma Transfrontaliero ALCOTRA, Progetto "A.P.P. VER.": cittadini interessati.

5. STRUMENTI E APPLICAZIONI

Tutti i prodotti, gli strumenti e le applicazioni che faranno parte dei diversi WP riguarderanno la comunicazione e per tale ragione andranno coordinati in accordo con il Piano di Comunicazione, in condivisione con i partner.

I criteri per la scelta andranno selezionati sulla base di:

- attrattività: interesse che può suscitare un determinato mezzo;
- accessibilità rispetto al target individuato (scelte strategiche e mirate);
- modalità di comunicazione di un messaggio che potrà essere più efficace se visivo o cartaceo, o digitale, o sonoro, ecc.: scelta del linguaggio adeguato al pubblico a cui si rivolge per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti.

Per quanto riguarda le attività previste per il **WP2 - COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE** - queste si strutturano in **3 azioni**:

- **Da settembre 2016 ad agosto 2019**
Azione 2.1. Comunicazione a supporto del progetto: azione coordinata dalla Città metropolitana di Torino che la attua anche con il supporto del soggetto attuatore.
- **Da settembre 2016 ad agosto 2019**
Azione 2.2. Disseminazione del progetto per fini operativi: il coordinamento dell'attività è in capo al CFIQ, in stretto coordinamento con il Capofila. Il GIP FIPAN e la Città metropolitana di Torino svolgeranno anche azioni interne di coordinamento per una comunicazione integrata e coerente.
Per il GIP FIPAN, oltre al personale esperto della comunicazione, anche la Cellule Académique école, Ingenieurs pour l'Ecole, Dareic.
Per la Città metropolitana di Torino, altri settori quali, oltre al MediAgencyProvincia, Attività produttive, Istruzione e Formazione Professionale.
La Città metropolitana di Torino e il GIP FIPAN coinvolgeranno i dirigenti scolastici delle scuole sperimentali per la condivisione e l'inserimento della programmazione "A.P.P. VER." e dei suoi sviluppi, in Italia, nei Piani Triennali dell'Offerta Formativa triennale..
Il GIP FIPAN coinvolgerà anche l'Inspection Académique per la collaborazione tesa alla ritarratura dei profili professionali "green".
Verranno coinvolte in questa fase: scuole, associazioni di categoria, ordini professionali e istituzioni con azioni e modalità diverse.
- **Da settembre 2018 a agosto 2019**
Azione 2.3. Disseminazione del progetto per fini scientifici e di progettualità strategica: l'azione è finalizzata a: produrre valore scientifico al progetto, aumentare la trasferibilità, verificare le potenzialità del progetto e le ricadute nelle politiche locali, regionali, nazionali e internazionali riferite ai sistemi dell'istruzione e della formazione professionale rispetto alle politiche integrate tra sistemi e settori (sostenibilità ambientale, attività produttive, lavoro, agricoltura, ecc., comparare e integrare i risultati del progetto con altre progettualità europee realizzate o in corso di realizzazione aumentando gli impatti delle azioni (progettualità riferite a più Programmi europei e strategie regionali perseguite in ambito POR FESR e FEASR); d). Verificare, infine, le possibili ricadute specifiche in ambito di Regione Alpina.

Per queste **3 azioni** la **Città metropolitana di Torino** si avvarrà di un **supporto specialistico fornito dall'Associazione Cinemambiente di Torino**, per svolgere in maniera integrata le diverse attività di comunicazione in un'ottica di promozione, divulgazione e replicabilità nel tempo nell'ottica di diffondere, nei contesti scolastici e sociali, attraverso canali multimediali audiovisivi e cinematografici, i contenuti previsti dal Progetto.

Nel corso della riunione del secondo Comitato di Pilotaggio del Progetto "A.P.P. VER.", riunitosi a Nizza in data 23 e 24 novembre 2017, sono state approvate le attività progettuali e quelle inerenti la comunicazione, con particolare riferimento alla necessità di svolgere alcune attività in partenariato con il Festival CinemAmbiente (in virtù del ruolo fortemente catalizzatore non solo per la produzione italiana ma anche per quella estera e in quanto una delle più importanti manifestazioni di settore a livello mondiale nel campo della sostenibilità ambientale, in particolare della green economy, del green job e dell'economia circolare), valorizzando anche l'esperienza didattica del Progetto "Ecokids" e del Progetto "Cinemambiente TV - Film per l'educazione ambientale", destinati entrambi alle scuole, e promossi e gestiti dall'Associazione Cinemambiente di Torino, sottoscrittore anche del Protocollo d'Intesa sulla Green Education promosso dalla Regione Piemonte nel 2016 per la realizzazione di una *Community* per la *Green Education* piemontese.

Le Azioni 2.1. e 2.2. del WP2 sopracitato, **"Comunicazione a supporto del progetto"**, prevedono attività in capo all'Associazione Cinemambiente, che dovranno essere le seguenti:

Entro e non oltre il 31/12/2017:

- **Creazione di una playlist tematica su CinemAmbiente TV**

Le scuole che partecipano al progetto A.P.P.VER. avranno la possibilità di proiettare direttamente in classe una selezione di film a tema, scegliendoli dalla playlist creata appositamente per il progetto nel sito di CinemAmbiente TV (www.cinemambiente.tv). L'accesso al portale, che solitamente è autorizzato alle scuole tramite un abbonamento, verrà autorizzato gratuitamente alle scuole coinvolte nel progetto. Saranno messi a disposizione delle scuole francesi partner del progetto alcuni film in versione originale francese e/o inglese.

La playlist di film sarà composta da cortometraggi e lungometraggi sui temi della green economy, quali ad esempio mobilità sostenibile, utilizzo di fonti energetiche alternative, gestione responsabile dei rifiuti, modelli di urbanizzazione, lotta allo spreco alimentare, ecc. Al termine del progetto, in fase di disseminazione, verranno organizzate proiezioni sul tema della green economy rivolte a "nuove" scuole, organizzazioni, ecc, proiezioni sempre seguite dall'incontro con esperti, scelti tra il personale delle aziende che hanno partecipato al progetto. La playlist sarà inoltre usufruibile dalle numerose scuole italiane già abbonate a CinemAmbiente TV.

Entro fine febbraio 2018:

- **Realizzazione video promozionale**

Realizzazione di un video in animazione (durata massima 2 min.) per la presentazione del progetto. L'animazione - che potrebbe essere realizzata da Donato Sansone, già diplomato presso la Scuola Nazionale di Animazione - dovrà essere il veicolo di diffusione della presentazione del progetto. Non sarà una presentazione istituzionale, ma un film d'autore su "che cos'è A.P.P. VER.", utile anche a definire l'immagine grafica del progetto. All'autore del film sarà messo a disposizione l'archivio cinematografico del Festival, uno dei più ricchi di cinema a tematica ambientale a livello internazionale e il maggiore a livello

nazionale, sia quale fonte per ricerche iconografiche sia per un eventuale utilizzo di immagini necessarie alla realizzazione del video. CinemAmbiente - in stretta sinergia con i promotori del progetto e in sintonia con quanto il progetto prevede a livello pinerolese - promuoverà la diffusione del video attraverso i suoi consueti canali di comunicazione: i responsabili della comunicazione web e social del Festival diffonderanno il film sui canali social del Festival, mentre l'ufficio stampa si occuperà della presentazione alle testate giornalistiche e alle radio e televisioni.

A fine marzo 2018

- **Realizzazione grafica coordinata**

La realizzazione del video in animazione per la presentazione del progetto permetterà anche di creare la grafica coordinata del progetto stesso.

Forte della sua pluriennale esperienza di coinvolgimento di studenti nelle attività del Festival, CinemAmbiente potrà anche in quest'occasione coinvolgere un piccolo gruppo di studenti (n. 4) nella creazione del kit base di grafica coordinata (es. logo, colori, caratteri tipografici, impaginazione e presentazione grafica dei documenti). Diversi sono gli istituti scolastici presenti sul territorio che potrebbero essere coinvolti (IED, IAAD, Albe Steiner, Bodoni-Paravia, ecc.).

A fine maggio/inizio giugno 2019

- **Realizzazione video di documentazione**

Realizzazione di un filmato che racconti l'intera vita del progetto. Verranno documentati i momenti più importanti e significativi, realizzate interviste ai soggetti coinvolti (enti promotori, scuole e aziende), e i risultati raggiunti. Il materiale girato sarà utilizzato per montare tre diversi video, uno della durata adatta alla diffusione sul web, uno della durata adatta a presentazioni in seminari, conferenze, ecc. e uno più lungo che sarà invece il ritratto dell'accaduto. La realizzazione del prodotto sarà affidata a esperti filmmaker che – di concerto con gli enti promotori del progetto – saranno presenti agli appuntamenti “pubblici” e intervisteranno i soggetti coinvolti. Per documentare il progetto nella sua interezza

i partner francesi dovranno anch'essi realizzare delle riprese nel corso dello svolgimento del progetto, immagini che saranno poi integrate a quelle realizzate in Italia, durante la fase di montaggio del documentario. Agli autori sarà messo a disposizione l'archivio cinematografico del Festival, unico nel suo genere, sia quale fonte per ricerche iconografiche sia per un eventuale utilizzo di immagini. Alla troupe (3 persone) che farà le riprese potranno essere affiancati alcuni (n. 2) studenti delle scuole superiori torinesi così da offrire loro uno stage per le materie audiovisive, così come durante le fasi del montaggio. diversi partner del progetto. I 3 prodotti finali saranno usufruibili dai diversi attori che hanno partecipato al progetto per la comunicazione istituzionale e sui social e per presentazioni, seminari, conferenze. Il Festival metterà il documentario nella sua versione più lunga nel portale Cinemambiente TV a disposizione di tutte le scuole, e promuoverà sui social la versione più corta.

A fine maggio/inizio giugno 2018

- **Appuntamento A.P.P. VER. durante il Festival CinemAmbiente 2018**

In occasione della 21° edizione di CinemAmbiente (31 maggio – 5 giugno 2018) verrà ospitato il seminario tematico previsto dal progetto che sarà l'occasione sia per fare il punto sui lavori in corso che per presentare il progetto a soggetti non coinvolti in questa prima edizione (sia aziende che scuole). L'appuntamento verrà inserito nel

catalogo/programma del Festival, nel sito e promosso attraverso tutti i consueti canali promozionali del Festival.

A fine maggio/inizio giugno 2019

- **Appuntamento A.P.P. VER. durante il Festival CinemAmbiente 2019**

In occasione della 22° edizione di CinemAmbiente verrà organizzato un appuntamento durante il quale saranno descritti i risultati raggiunti e sarà presentato il documentario realizzato. L'appuntamento verrà inserito nel catalogo/programma del Festival, nel sito e promosso attraverso tutti i consueti canali promozionali del Festival.

5.1 Canali e mezzi

Per raggiungere gli obiettivi del Piano di Comunicazione sono stati presi in considerazione i seguenti canali di comunicazione e disseminazione:

- siti web istituzionali del Progetto;
- materiale promozionale e multimediale;
- comunicati stampa, articoli, newsletter
- eventi, conferenze, workshop, incontri, seminari

Potranno essere ipotizzati ulteriori prodotti a seguito di quanto previsto dal Piano di Comunicazione.

5.2 Siti web istituzionali del Progetto e uso dei social network

WP2 - Azione 2.1. Comunicazione a supporto del progetto

Siti web istituzionali:

Città metropolitana di Torino, GIP FIPAN, Comune di Pinerolo e CFIQ creeranno pagine ad hoc sui **siti istituzionali** per il Progetto "A.P.P. VER." collegate alle pagine principali. La collocazione sui siti istituzionali darà garanzia di permanenza ed evoluzione dei contenuti nel tempo. Le pagine potranno essere di volta in volta arricchite con ulteriori progettualità sviluppate in coerenza con "A.P.P. VER."

Comune di Pinerolo, CFIQ e GIP FIPAN collaboreranno alla redazione del Giornale periodico di istituto redatto da studenti italiani e francesi degli istituti che partecipano ad "A.P.P. VER" e **implementato sui siti dei partner e delle scuole coinvolte.**

Social network:

Il Comune di Pinerolo prevede, altresì, di costruire uno spazio ad hoc sul proprio sito per documentare il progetto e l'attivazione degli studenti per rinforzare ulteriormente la comunicazione tra pari con l'**uso dei social network.**

5.3 Materiale promozionale

WP2 - Azione 2.1. Comunicazione a supporto del progetto

La Città metropolitana di Torino, il GIP FIPAN e il Comune di Pinerolo prevedono di produrre 14 roll up, 1.500 cartelline, 34.000 brochures, 4.000 cartoline; 4000 chiavi USB, 500 magliette, 9 striscioni e 250 manifesti. Tutti i prodotti dovranno avere contenuti bilingue. Le chiavi USB conterranno tutta la documentazione delle attività del progetto. Il contenuto sarà differenziato a seconda degli utenti: docenti e allievi da un lato, enti pubblici territoriali, Ministeri, decisori di Regioni e Dipartimenti, forze sociali ed imprenditoriali.

I partner produrranno un modello di presentazione del progetto in power point che utilizzeranno in ogni occasione di divulgazione del progetto stesso.

5.4 Comunicati stampa, articoli, newsletter

WP2 - Azione 2.1. Comunicazione a supporto del progetto

Articoli e newsletter:

Tutti i partner produrranno 6 articoli su riviste specializzate (cartacei e/o online) e contribuiranno alla redazione di una newsletter semestrale disponibile sul sito internet del progetto con la sintesi degli avanzamenti progettuali inviata dai partner ad un proprio indirizzario che ogni soggetto creerà ad inizio progetto.

Comune di Pinerolo, CFIQ e GIP FIPAN collaboreranno alla redazione del **Giornale periodico di istituto redatto da studenti italiani e francesi** degli istituti che partecipano ad "A.P.P. VER" e implementato sui siti dei partner e delle scuole coinvolte.

Il Comune di Pinerolo coinvolgerà il **principale settimanale e mensile** del territorio metropolitano (con tiratura di 85.000 copie a settimana + versione on line), ***l'Eco del Chisone***, con funzione di media partner, e produrrà 30 **pagine di approfondimento** sul proprio mensile e 30 **articoli** sul settimanale, oltre a costruire uno spazio ad hoc sul proprio sito per documentare il progetto.

Comunicati stampa:

La Città metropolitana di Torino e il GIP FIPAN realizzano 2 Conferenze Stampa per il lancio del progetto e 2 per la disseminazione dei risultati oltre a 8 **comunicati stampa** complessivi, ad ogni avanzamento progettuale significativo in Italia e in Francia.

5.5 Prodotti multimediali

WP2 - Azione 2.1. Comunicazione a supporto del progetto

- Città metropolitana di Torino, GIP FIPAN, Comune di Pinerolo e CFIQ, con il supporto dell'Associazione Cinemambiente, lavoreranno in funzione di un approfondimento tematico funzionale alle scuole attraverso la creazione di una playlist

tematica su CinemAmbiente TV, la realizzeranno di una grafica coordinata, un video promozionale e uno di animazione, che serviranno a promuovere le molteplici attività nei confronti dei target di progetto, e parteciperanno e faranno partecipare le scuole all'appuntamento annuale del Festival CinemAmbiente 2018 e 2019 dove verranno presentati i risultati raggiunti. I prodotti avranno contenuti bilingue..

GIP FIPAN realizzerà il prodotto multimediale che raccoglierà gli esiti e darà conto di percorsi e processi di lavoro realizzati. Conterrà testi, video-clip e interviste.

Città metropolitana di Torino, Comune di Pinerolo e CFG selezioneranno, organizzeranno e trasmetteranno al GIP FIPAN i loro materiali per la realizzazione del prodotto.

Comune di Pinerolo, CFG e GIP FIPAN, con gli studenti delle scuole coinvolte, italiane e francesi, realizzeranno un video da caricare su You Tube. **GIP FIPAN** coinvolgerà anche i Greta che saranno invitati a produrre strumenti di comunicazione sulla falsariga del "giornale di bordo" in merito alle sperimentazioni fatte. Lo strumento serve a far conoscere il punto di vista degli studenti coinvolti nelle diverse attività progettuali (WP3 e 4) che farà da stimolo allo scambio tra studenti francesi ed italiani, in modo da facilitare approcci comuni condivisi e valutazioni bilaterali sulle attività programmate e realizzate

5.5 Convegni, eventi, incontri, interventi, seminari, work shop

Convegni:

WP3 - Azione 2.3. Disseminazione del progetto per fini scientifici e di progettualità strategica

Sono previsti 2 Convegni internazionali finali a Torino e Nizza.

La **Città metropolitana di Torino e il GIP FIPAN** organizzano e gestiscono i convegni con decisori ed esperti di entrambi i Paesi anche con il supporto degli altri **partner**.

I risultati del progetto verranno discussi, validati e valorizzati scientificamente e in rapporto a indirizzi europei, nazionali e regionali. I Convegni, a differenza dei workshop e seminari, coinvolgeranno politici regionali e nazionali dei due Paesi ed esperti riconosciuti dal mondo accademico e dai Ministeri dei due Paesi. I due convegni saranno tematizzati e reciprocamente intrecciati ed avranno la finalità di ottenere un grosso impatto comunicativo di natura nazionale e transfrontaliera.

Eventi:

WP2 - Azione 2.2. Disseminazione del progetto per fini operativi

Il CFIQ organizza e realizza un **evento** per il coinvolgimento delle imprese a partire dalla rete (di 300 aziende) con la quale collabora, oltre che di una ulteriore Agenzia formativa che sarà coinvolta nella sperimentazione.

Negli anni successivi, il CFIQ organizzerà 2 *Barcamp* per coinvolgere le imprese che manifesteranno curiosità e interesse al progetto e per rafforzare il dialogo tra formazione professionale e mondo del lavoro. L'intenzione è quella di mettere in rete i soggetti e di farli discutere sulle tematiche della green economy. Per l'organizzazione degli eventi il CFIQ coinvolgerà professionisti che coordineranno l'attività. Possibile il coinvolgimento anche delle imprese francesi.

Incontri:

WP2 - Azione 2.2. Disseminazione del progetto per fini operativi

Previsti:

- **2 incontri di sensibilizzazione delle imprese in Francia** dove il contatto con le imprese viene gestito dai servizi Cellule Académique école, Ingenieurs pour l'Ecole, Dareic, e **GIP FIPAN**. Quest'ultimo organizzerà, in collaborazione con i diversi settori, 2 incontri per la sensibilizzazione di ulteriori imprese non già direttamente coinvolte nelle attività progettuali.
- **2 incontri istituzionali in Italia e 2 incontri istituzionali in Francia**
La Città metropolitana e il **GIP FIPAN** organizzano, rispettivamente sui territori di competenza, *thinking table* con le Direzioni della Regione Piemonte e con il MIUR, per condividere sviluppi, risultati e ricadute operative sull'Accordo "*La Regione Piemonte per la green education*", oltre che con i decisori regionali, dipartimentali e ministeriali e con altri Rettorati francesi del territorio transfrontaliero. L'obiettivo è condividere presupposti, modalità ed esiti di "A.P.P. VER." per aumentare la qualità dei sistemi con un approccio intersettoriale.
- **1 Incontro con F.I.T.S. Il CFIQ** organizza e gestisce una *thinking table* di sensibilizzazione nei confronti dei partner che operano nella Fondazione per l'Istituto Tecnico Superiore "Professionalità per lo sviluppo di sistemi energetici sostenibili" (Fondazioni, Università, Politecnico, imprese localizzate a livello regionale). Tale azione ha la finalità: di orientamento tra sistemi dell'istruzione e istruzione superiore e di aumentare la qualificazione del sistema integrato tra formazione e lavoro per la green economy anche per l'istruzione superiore. Gli strumenti e le modalità utilizzate in A.P.P. VER, opportunamente tradotte, sono di interesse anche per l'istruzione superiore.
- **1 incontro EUSALP. Il GIP FIPAN** organizza e gestisce con la Città metropolitana di Torino un incontro formale con le regioni che fanno parte della rete EUSALP per far conoscere il progetto su scala alpina prevedendo di allargare il partenariato ad altri paesi su altri programmi europei (Erasmus* e Alpine Space).

Interventi:

Azione 2.3. Disseminazione del progetto per fini scientifici e di progettualità strategica. Il coordinamento dell'attività è in capo al GIP FIPAN, in stretto coordinamento con il Capofila.

Previsti:

- **7 Interventi in manifestazioni.** Tutti i partner parteciperanno ad alcune manifestazioni che, in ciascun Paese, saranno occasioni di disseminazione dei risultati del Progetto. In particolare si intende partecipare a: Pourte Ouverte ONISEP, Mondial des Métiers, Cité des Métiers e Portes ouvertes des Rectorats d'Alcotra; Job Orienta e Stati generali della Green Economy; congresso EURORESO (rete internazionale composta da una cinquantina di soggetti ed enti che si occupano di formazione ed educazione).

Seminari:

WP2 - Azione 2.2. Disseminazione del progetto per fini operativi

Previsti:

- 2 **Seminari tematici transfrontalieri. Tutti i partner** collaboreranno nell'organizzazione e realizzazione di un Seminario a Torino a conclusione dell'analisi dei fabbisogni formativi (azioni 3.1. e 3.2) e uno a Nizza a conclusione dell'attività di qualificazione dell'offerta formativa (azioni 4.1 e 4.2). Entrambi i seminari, rivolti alla scuola e al mondo del lavoro (insegnanti e tutor scolastici e aziendali) e con il coinvolgimento di tecnici delle principali istituzioni coinvolte in A.P.P. VER. e di associazioni di categoria, restituiranno gli esiti transfrontalieri del lavoro svolto per acquisire ulteriori conoscenze utili alla modellizzazione conclusiva del lavoro, anche grazie all'incontro fra i partecipanti italiani e francesi.

Work shop:

WP2 - Azione 2.2. Disseminazione del progetto per fini operativi

Previsti:

Il GIP FIPAN organizzerà e gestirà a inizio progetto 1 **work shop di lancio** con la partecipazione di studenti, professori, genitori in ognuno dei 2 Collèges, 5 Lycées e 2 Greta partecipanti al Progetto (**9 work shop in tutto**) e con lo scopo di condividere gli obiettivi di A.P.P. VER. e di produrre un coinvolgimento attivo degli insegnanti nel percorso (per aumentare le loro competenze sui temi della green economy e sulle metodologie e strumenti di attestazione delle competenze e di supporto agli studenti per una loro auto-valutazione e valorizzazione per fini scolastici e occupazionali: CVduFUTUR).

Il GIP FIPAN organizzerà, inoltre, e gestirà, 1 workshop di lancio, all'avvio del progetto, a cui saranno invitati Regione Paca, Départements, Agglomérations, Mairies, Proviseurs, Universités, les Chambres Consulaires, il Ministero del Lavoro territoriale, il POLE Emploi Regionale PACA e de Rhone-Alpes, Presse. Questo workshop avrà la finalità di coinvolgere attivamente e nelle fasi successive i soggetti istituzionali.

La Città metropolitana di Torino, in collaborazione con il Comune di Pinerolo, il CFIQ e i principali stakeholder coinvolti nel progetto (scuole, Regione Piemonte, MIUR – Ufficio Scolastico Regionale, associazioni di categoria e ordini professionali, organizzerà nell'ultimo anno del progetto:

- 8 workshop di disseminazione in Italia in altri poli formativi rilevanti della Città Metropolitana di Torino (Ivrea, Chieri, Chivasso, Grugliasco, Rivoli, Ciriè, Susa, Moncalieri) per la diffusione del modello di lavoro adottato a scala transfrontaliera.

Analogamente, **il GIP FIPAN** organizzerà e gestirà 10 workshop di disseminazione in Francia per la diffusione degli esiti nel progetto in sedi scolastiche diverse da quelle già coinvolte nel Rettorato di Nizza, nelle Alpes-Maritimes, Alpes de Haute Provence e Hautes Alpes ed in altri territori francesi di ALCOTRA.

La Città metropolitana di Torino e il GIP FIPAN supporteranno le scuole nell'organizzazione di 15 work shop finali nelle scuole per la disseminazione a un'ampia platea di docenti e la condivisione dei risultati e sviluppi del Progetto. I risultati collegiali dovranno essere acquisiti a livello collegiale per dar luogo a una azione complessiva di rinnovamento.

Il **GIP FIPAN** organizzerà e gestirà 1 work shop per diffondere i risultati del progetto e programmare i suoi sviluppi futuri, rivolto alle diverse strutture del Rettorato di Nizza. L'obiettivo è quello di consolidare tra le parti del Rettorato un modo di lavorare transfrontaliero, fondato sulla collaborazione con i partner italiani e di assumere internamente strumenti e modalità acquisite con il Progetto "A.P.P. VER." nell'ottica dell'integrazione delle reciproche funzioni.

6. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La misurazione dei risultati è l'ultima parte della pianificazione relativa alla comunicazione. Occorre comprendere se i target e gli stakeholder sono stati raggiunti e se è stata attirata la loro attenzione, se c'è stata, cioè, una reazione (out take), e un cambiamento di opinioni e di comportamenti (out come) riguardante gli effetti conseguiti con la comunicazione (outgrowth).

I dati relativi al monitoraggio del Piano di Comunicazione e la realizzazione degli obiettivi dovrà tenere conto dei seguenti indicatori di impatto:

- livello di consapevolezza del ruolo dell'Unione Europea Programma INTERREG-ALCOTRA;
- livello di soddisfazione dei destinatari e partecipanti in merito alle informazioni ricevute: unità di misura in percentuale (%). I messaggi sono arrivati a destinazione? Sono stati compresi? Hanno suscitato il consenso che ci si aspettava? La scelta dei mezzi è stata strategica ed efficace? La scelta dei tempi è stata propizia e tempestiva? I costi sostenuti per la strategia sono stati efficienti?

Dimensioni da sondare, a titolo esemplificativo:

- l'evento, incontro, seminario, ecc. è stato uno strumento utile per informare/erudire circa le politiche europee e sul progetto in questione?
- il livello di chiarezza informativa, per quanto attiene le attività realizzate, è stato raggiunto?
- la durata dell'evento, incontro, seminario, ecc., e il n. dei partecipanti sono stati adeguati per il raggiungimento degli obiettivi?
- Il seminario, convegno, incontro, ecc., ha soddisfatto le aspettative di conoscenza circa le politiche realizzate dal Progetto?

Sulla base di tali indicatori potrebbe essere sviluppato un questionario "tipo" che verrà somministrato durante gli eventi. Per il sito web potrebbe essere pubblicata una scheda di rilevamento del gradimento e della rispondenza circa le aspettative dell'utenza e rilevato il livello di fidelizzazione attraverso i social network.