

PROGETTO ENA
(ecodesign per la nautica) Life 09 ENV IT 125

DECALOGO PER LA DIFFUSIONE E LA DISSEMINAZIONE DEI RISULTATI

Al fine di garantire la visibilità del programma LIFE +, e del progetto ENA, in conformità alle Disposizioni Comuni del programma, e con la finalità di garantire la disseminazione, diffusione e la durabilità dell'esperienza anche al di là del progetto stesso, il partenariato ha deciso di redigere una piccola regolamentazione valida all'interno dei soggetti aderenti al progetto e valida come regola generale per le comunicazione interna e verso l'esterno.

Il decalogo ha infine la funzione di includere gli elementi fondamentali da introdurre in tutte le attività.

- 1) Per dare riconoscibilità e coerenza, oltre che sostanziale anche formale al progetto, si concorda che tutte le comunicazioni, anche quelle tra partner, debbano avvenire con gli strumenti di comunicazione recanti la grafica del progetto (carta intestata, slideppt.).
- 2) Il beneficiario incaricato del coordinamento e i beneficiari associati sono tenuti a esporre e mantenere pannelli informativi che riportino ragguagli sul progetto nei luoghi in cui quest'ultimo viene realizzato. I pannelli dovranno essere collocati in posizione strategica ed essere accessibili e visibili al pubblico. Il logo LIFE vi dovrà sempre figurare.
- 3) Le attività di comunicazione, di diffusione e disseminazione, sono parte delle attività in capo a tutti i partner. Il beneficiario incaricato del coordinamento e i beneficiari associati devono pubblicizzare il progetto e i relativi risultati, indicando sempre il contributo comunitario ricevuto. Tali attività dovranno essere tuttavia previamente

concordate con il Beneficiario Coordinatore Provincia di Pesaro e Urbino e con Adriatic Festival, in qualità di Beneficiario che coordina e gestisce la comunicazione.

- 4) La condivisione e il monitoraggio delle attività dei singoli partner avviene con incontri periodici di partenariato a scadenze stabilite.
- 5) Il sito web rappresenta la prima “vetrina” di comunicazione e visibilità del progetto, anche a livello europeo. E’ pertanto fondamentale che ogni partner comunichi con regolarità alla Provincia e ad AF ogni notizia o novità che riguardi la propria parte di attività progettuale, in modo da garantire l’aggiornamento continuo e costante del sito web .
- 6) In linea con gli obiettivi generali del progetto, ogni partner si impegna a promuovere il risparmio energetico. A tal fine si concorda di utilizzare al massimo il mezzo web a discapito di quello cartaceo.
- 7) La promozione del progetto all’interno di eventi pubblici deve avvenire attraverso forme di comunicazione stabilite come l’esposizione dei roll-up, la proiezione delle slides, ecc.. Nel programma devono comparire il nome e il logo distintivo del progetto, e il partner si impegna a fornire una idonea documentazione fotografica, video, articoli, ecc.
- 8) I partner si impegnano a divulgare il progetto anche in occasione di eventi collaterali concernenti tematiche ambientali e attinenti, utilizzando le medesime modalità di cui al precedente punto.
- 9) Il beneficiario incaricato del coordinamento e i beneficiari associati sono tenuti a pubblicizzare il sostegno ricevuto dalla Unione europea in tutti i documenti e i media prodotti nell'ambito del progetto utilizzando il logo LIFE fornito dalla Commissione. Per quanto riguarda i materiali audiovisivi, nei ringraziamenti

iniziali e/o finali deve essere fatta chiara ed esplicita menzione del sostegno erogato da LIFE + (ad esempio “Con il contributo dello strumento finanziario LIFE + della Unione europea”).

- 10) Il progetto utilizza una mailing list unica, che viene gestita dal Beneficiario Associato Adriatic Festival, al fine di dare una riconoscibilità organica ed univoca al progetto. I partner si impegnano a fornire ad Adriatic Festival l’elenco dei contatti necessari, e ad informare in maniera tempestiva AF delle possibili variazioni della mailing list stessa.
- 11) Per la produzione delle due newsletters annuali e delle notice board previste nel progetto, i partner trasmettono alla Provincia e ad AF ogni notizia che può essere divulgata, in forma compiuta e definitiva. Sarà compito di AF di trasformare queste notizie in newsletter e /o notice board e divulgare tramite la mailing list,
- 12) Ogni partner può contattare riviste o giornali per la pubblicazione di articoli relativi al progetto; queste comunicazioni alla stampa vanno comunque concordate con la Provincia e con AF, che provvede anche alla predisposizione della rassegna stampa unica del progetto.
- 13) Tutti i beni durevoli acquistati nell'ambito del progetto devono recare il logo LIFE, salvo indicazione contraria della Commissione.