

Piano di Comunicazione e disseminazione del progetto E.NA.
Anno di riferimento
2011

Indice:

1 Premessa

- 1.1. Che cos'è e a cosa serve il piano di comunicazione

2. Analisi dello scenario

- 2.1. Il contesto geografico socio/economico
- 2.2. Il Contesto di settore

3. Obiettivi

- 3.1. Obiettivo Generale
- 3.2. Obiettivi Specifici
- 3.3. Obiettivi Di comunicazione

4. Segmentazione dei pubblici di riferimento

5. Attori

6. Scelta delle attività

- 6.1. Avvio del progetto
- 6.2. Durante il progetto
- 6.3. A conclusione del progetto

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



1. Premessa

1.1: Che cos'è e a cosa serve il piano di comunicazione

Il presente piano di comunicazione serve a **programmare le azioni di comunicazione del progetto in un certo arco temporale.**

Fissa una schema ma rimane **flessibile**, va **rivisto** e corretto **annualmente** secondo l'evolvere del progetto.

Definire una strategia di comunicazione consente di ordinare, sviluppare e impiegare risorse di tipo diverso: umane, strumentali, economiche, per consentire la massima probabilità di raggiungere determinati obiettivi comunicativi. In sostanza serve a pianificare e coordinare una mappa intelligente, ragionata, di **ciò che si dovrebbe fare**, da parte di **chi** e con **quali risorse**.

Occorre quindi costruire un piano che metta in relazione, attraverso azioni di comunicazione, l'organizzazione e i suoi pubblici di riferimento: aiutando ad individuare le migliori decisioni possibili e con maggior consenso possibile.

In coerenza con gli obiettivi del programma LIFE +

Il presente piano sarà finalizzato a colmare il divario esistente tra i risultati della ricerca e dello sviluppo e la loro applicazione su vasta scala dando risalto alla diffusione dei risultati.

Focalizzando il nostro interesse sulla divulgazione relativa alla riduzione dell'impatto ambientale delle attività economiche, la gestione dei rifiuti e la riduzione dell'impatto ambientale dei prodotti mediante una politica integrata dei prodotti.

2. Analisi dello scenario

2.1 Il contesto geografico socio/economico

L'industria nautica italiana si conferma leader nel mondo. Secondo l'**analisi di mercato per l'anno 2007** eseguita da UCINA in collaborazione con l'Università degli Studi di Genova – Dipartimento di Economia e Metodi Quantitativi, il fatturato nautico complessivo ha raggiunto il valore di 6,2 miliardi di euro (+10% sul valore di 5,6 miliardi del 2006). Il contributo della nautica al PIL nazionale, è stato calcolato utilizzando le matrici input-output e risulta per il 2007 pari a 5,5 miliardi di euro rispetto ai 4,9 miliardi del 2006 (+13%). L'Italia si riconferma buona esportatrice di imbarcazioni per la nautica da diporto, vendendo all'estero il 56% del valore della produzione, di cui poco più della metà verso i Paesi UE.

Nel dettaglio, la classifica 2006 dei venti maggiori produttori al mondo di imbarcazioni superiori ai 24 metri premia decisamente le aziende italiane, là dove al primo ed al secondo posto troviamo il Gruppo Azimut-Benetti ed il Gruppo Ferretti, seguiti dal Isayachts (4° posto), dal Gruppo Fipa (6° posto) e da Perini Navi (14° posto) (Fortezza.,2008, p2006). Altri dati interessanti riguardano i quindici principali costruttori al mondo di megayacht completamente su misura. In questo caso, al primo posto troviamo Benetti (1° posto), seguito da Perini Navi (7°) e da Crn (9° posto). Questi numeri testimoniano che le performance della cantieristica da diporto italiana sono basate su solidi vantaggi competitivi e su un posizionamento che fa prevalentemente leva sull'abbinamento fra lusso (con i suoi vari attributi caratterizzanti) e "made in Italy".

Le Marche hanno una forte e impressionante filiera di attività industriali e artigianali nel campo nautico: specializzata nella cantieristica navale, da diporto e nel mercato degli accessori (indotto a

monte), caratterizzata da produzioni di eccellenza e di altissima qualità; organizzata intorno ad alcune imprese-guida leader a livello mondiale come la Azimut-Benetti e la Ferrettigroup company (due aziende che si disputano il primo e il secondo posto nel mondo sulla produzione di megayacht); concentrata territorialmente; internazionalmente aperta; capace di coniugare economie di scala e flessibilità produttiva; capace di relazioni crescenti con i settori economici complementari del turismo e del terziario commerciale (indotto a valle), che a loro volta tendono ad integrarsi nella filiera allargata del distretto stesso.

Oggi, i primi tre produttori mondiali di megayacht sono nelle Marche: Azimut-Benetti, Ferretti Group, Isayachts. Presente Fincantieri, leader mondiale (46%) nel mercato cruise-ferries/traghetti passeggeri. In media, l'80% della produzione è destinata all'export. Le Unità locali nella cantieristica navale e da diporto nelle Marche sono 314 e l'Occupazione diretta di 1945 addetti.

Per ciò che riguarda l'Indotto, le PMI industriali ed artigianali (meccanica, legno, cuoio, elettronica, moda) sono tutte orientate a high-quality, ricerca sui materiali, innovazione di prodotto, spesso sulle frontiere tecnologiche. Sono presenti il 4,5% delle aziende, il 9,23% degli addetti e circa il 10% dell'export dell'industria nautica nazionale. (Fonte: Global Build Report 2003-2004, Yacht International).

Siamo di fronte in piena crescita che ha tutta via bisogno di essere monitorato. **Finora la sua crescita si è focalizzato sul design artistico** e meno sugli aspetti ambientali. **Occorre aprire un canale nuovo di prodotti, che tengano conto delle esigenze ambientali.**

2.2 Necessaria Innovazione Territoriale

La scelta di avviare un processo d' inserimento dell'eco-design nella produzione nautica e nella gestione dei rifiuti in questo settore nelle Marche è già in se un aspetto innovativo per tre principali motivi:

Fino all'anno 2008, la cantieristica nautica e navale marchigiana aveva un fatturato che si moltiplicava. Con l'export che cresceva, si sviluppava l'indotto artigiano. La cantieristica nautica e navale viveva un processo di grande evoluzione e crescita, anche grazie a riconversioni industriali che hanno consentito alla cantieristica marchigiana di diventare leader mondiale nella produzione di mega-yacht. Nei saloni internazionali, la maggior parte degli espositori erano italiani e le Marche rappresentavano una delle realtà nazionali più importanti. Il fatturato complessivo di questo settore era di 800 milioni di euro, in aumento del 60% in cinque anni, la gran parte dei quali destinati all'export, un'ottima redditività complessiva, un numero di aziende in aumento del 90% negli ultimi sei anni e un importante indotto di piccole imprese specie artigiane. Il totale delle imprese attive (al 31 dicembre 2005) nel settore della nautica marini è di 686, di queste 12 (di cui 10 artigiane) si riferiscono al settore motori marini, in quello degli accessori (nello stesso periodo) le imprese sono invece 158 (di cui 96 artigiane).

La Regione Marche comprende sul suo territorio, le tre prime aziende leader nel mondo nella produzione dei yacht (Azimut, Ferretti Group, Isayachts). La presenza di questi leader mondiale in un solo territorio dimostra le capacità artigianali, imprenditoriali che la Regione Marche dispone nel campo della nautica. Inoltre sempre nelle Marche, è presente Fincantieri, leader mondiale (46%) nel mercato cruise-ferries/traghetti passeggeri. E' quindi doveroso un territorio così dinamico in un settore strategico che ha sempre portato innovazione nel settore perciò che riguarda la tipologia di materiali da utilizzare, il design delle imbarcazioni, la finezza. E' quindi normale che **sia il territorio industriale che cerchi di portare innovazione nel settore cercando di integrare la Direttiva 2005/23/EC sull'eco-design e la questione del riciclaggio degli scarti del settore nel suo sistema produttivo.**

- Il territorio marchigiano avendo 314 Unità locali nella cantieristica navale e da diporto, è chiamato a proseguire la sua crescita. Però in una situazione mondiale dove le questioni ambientali sono una priorità, è quindi **importante che l'innovazione intesa qui come l'ingresso, l'accompagnamento delle imprese nautiche nell'economia della sostenibilità possa**

iniziare in un territorio che ha un concentrato impressionante d'impresе nautiche e navali. L'innovazione territoriale riguarderà l'intero territorio con tutte le sue ditte. L'industria nautica da diporto territoriale composta di un "nucleo centrale", rappresentato da imprese, i cantieri nautici che presidiano le fasi cruciali (concezione, progettazione, assemblaggio) del processo complessivo di creazione del valore connesso alla realizzazione delle imbarcazioni, e tutte le "unità periferiche", che realizzano le parti componenti che vengono poi assemblate dai cantieri sulle imbarcazioni, nonché le "componenti di rinnovo", che vanno montate sulle imbarcazioni in caso di guasti o di sostituzioni di pezzi usurati saranno coinvolte nelle varie fasi del progetto: formazione, indagine, ideazione di un prototipo.

- In media, l'80% della produzione nautica delle imprese marchigiane è destinata all'export. Visto l'attenzione sempre più diffusa dei consumatori sui problemi ambientali, è quindi importante che le aziende del territorio possano iniziare il processo di produzione delle imbarcazioni che vadano nella direzione della responsabilità sociale d'impresa.

3. Obiettivi

3.1 Obiettivo generale del progetto ENA

L'obiettivo generale di LIFE è contribuire all'attuazione, all'aggiornamento e allo sviluppo della politica e della normativa ambientale da parte di co-finanziamento attraverso progetti pilota o dimostrativi con valore aggiunto europeo.

Il progetto ENA, in linea con gli obiettivi generali di Life +ha come scopo principale quello di **migliorare il rendimento ambientale delle PMI del "distretto del mare marchigiano"** integrando in modo organico e radicale sin dalla fase progettuale l'applicazione dell'eco-design (Direttiva 2005/32/EC), dell'Impronta Ecologica (Carbon footprint), della gestione ambientale con l'eco-management e la Valutazione Ciclo-Vita (LCA) per **ridurre gli elementi inquinanti del processo produttivo e l'applicazione delle migliori tecniche e tecnologie disponibili** in grado di consentire la riduzione della quantità e della pericolosità dei rifiuti nonché il **risparmio energetico per produrre Eco-Imbarcazioni.**

3.2 Obiettivi specifici

Il progetto E.N.A mira ai seguenti obiettivi specifici:

1. Applicare l'eco-design (Direttiva 2005/32/EC) ed i recenti sviluppi europei sulla tematica dell'eco-design, **l'Impronta Ecologica** (Carbon footprint), **la gestione ambientale con l'eco-management e la Valutazioni Ciclo-Vita (LCA) in tutte le fasi della produzione industriale nautica marchigiana.** Ciò condurrà allo sviluppo di un protocollo d'intesa tra tutte le PMI coinvolte nella produzione delle imbarcazioni in modo che essi siano in grado di integrare le problematiche ambientali nei processi aziendali ivi compreso le innovazioni per rendere le imbarcazioni accessibili alle persone diversamente abili ed anziane.

2. Rafforzare il know how locale delle PMI del bacino industriale nautico marchigiano sui processi di produzione dei materiali, degli impianti ed attrezzature adeguate per la **minimizzazione e riciclo dei rifiuti, il risparmio energetico e la riduzione delle emissioni inquinanti** nelle varie fasi di **produzione delle imbarcazioni da diporto**

3. Realizzare una macro attività di prototipazione, destinata a sviluppare e sperimentare tecnologie innovative per produrre una eco-imbarcazione intesa come imbarcazione di seconda generazione che non solo rispetta l'ambiente, ma consente anche un facile accesso alle persone diversamente abili (portatori di Handicap, anziani). L'eco-imbarcazione è caratterizzata da un **triplice processo innovativo:** (i) riduzione delle emissioni, degli elementi inquinanti nell'ambiente e risparmio energetico; (ii) recupero e riutilizzo dei materiali compositi in vetroresina derivanti dagli esuberanti e dagli sfridi di cantiere; (iii) introduzione di elementi innovativi per agevolare l'accesso delle persone anziane e diversamente abili.

3.3 Obiettivo di comunicazione

PARTNER



Provincia di Pesaro e Urbino



Provincia di Ancona



1506 UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI URBINO CARLO BO



Divulgare e promuovere il progetto attraverso azioni di comunicazioni mirata secondo i pubblici di riferimento.

Il Piano di Comunicazione e disseminazione del progetto Ena- Eco design per la Nautica intende dare una risposta organica e organizzata ad una duplice finalità che è insita nel progetto stesso: se da un lato si deve garantire la **massima visibilità** all'apporto che la Commissione Europea, attraverso il Programma Life + fornisce nel supportare la realizzazione del progetto stesso, dall'altro si **deve garantire che i risultati raggiunti attraverso il progetto vengano largamente disseminati a livello locale, nazionale ed europeo**, in un ottica di trasferimento di buone prassi.

4. Segmentazione Dei Pubblici Di Riferimento

Stakeholders N°1: I Cantieri Navali Marchigiani

Considerata la tematica del progetto, il coinvolgimento dei cantieri è indispensabile. Il loro coinvolgimento avviene tramite la presenza nel partenariato del Consorzio Navale Marchigiano, considerato che quest'ultima organizzazione conta molti cantieri nautici. Nella fase di attuazione, i vari cantieri saranno coinvolti come segue: 1) Destinatari dell'indagine conoscitiva; 2) Destinatari del workshop di sensibilizzazione; 3) Sviluppo e attivazione del processo di sperimentazione e fase produttiva prototipale sull'eco-design; 4) Sostanziale contributo nelle attività di diffusione e disseminazione.

Stakeholders N°2: Produttori Di Componenti E Allestimenti Navali

Considerato che il progetto intende sviluppare un processo di sperimentazione integrato in modo da attivare un'intera catena verde, il pieno coinvolgimento dei produttori di componenti e allestimenti navali è fondamentale. Il loro coinvolgimento avviene tramite la presenza nel partenariato del Consorzio Navale Marchigiano.

Nella fase di attuazione, i vari cantieri saranno coinvolti come segue: 1) Destinatari dell'indagine conoscitiva; 2) Destinatari del workshop di sensibilizzazione; 3) Cooperazione nello sviluppo e attivazione del processo di sperimentazione sull'eco-design; 4) Sostanziale contributo nelle attività di diffusione e disseminazione.

Stakeholders N°3: Associazioni Di Categorie

Il coinvolgimento delle associazioni di categorie sono fondamentali per quanto riguarda 1) Sostegno al settore durante ed a fine progetto. Questo sostegno verte alla durabilità del progetto che sarà garantita dalla stretta collaborazione delle associazioni di categorie con le istituzioni universitarie e di ricerca coinvolte nel progetto, 2) la visibilità e disseminazione dell'esperienza al livello nazionale ed internazionale nel settore navale, 3) la trasferibilità dell'esperienza attraverso l'attivazione di processi simili in altri settori delle economia regionale, 4) la commercializzazione dei prodotti e sapere-fare locale innovativo sui mercati internazionali.

Nella fase di attuazione, le associazioni di categorie saranno coinvolte come segue: 1) Responsabile dell'organizzazione workshop di sensibilizzazione; 2) Coordinamento amministrativo, coinvolgimento nelle attività di diffusione e disseminazione, in particolare nella; 3) Coordinamento dell'attività di certificazione dei risultati del processo avviato; 4) Sostanziale contributo nelle attività di disseminazione e diffusione

Stakeholders N°4: Istituti Di Ricerca

L'attuazione della Direttiva 2005/23/EC sull'eco-design è una reale opportunità e necessità di stretta collaborazione tra le organizzazioni di ricerca ed il mondo dell'impresa. Nell'ambito regionale e del settore al quale si rapporta il progetto, questa collaborazione è già stata avviata, in particolare a fine di ricerca sulla riduzione del rischio chimico. L'attuale proposta progettuale richiede una collaborazione sistematica a fine di eco-innovazione

Nella fase di attuazione, è coinvolta l'università degli studi di Urbino come segue: 1) Collaborazione nell'ideazione del processo di sensibilizzazione delle imprese del settore della nautica, per quanto riguarda l'eco-design; 2) Piena collaborazione con le imprese nella fase di sperimentazione che verte allo sviluppo di nuovi modelli di produzione conformi alle esigenze poste dalla Direttiva sull'eco-design; 3) Collaborazione nell'ideazione di un processo di certificazione dei risultati; 4) Sostanziale contributo nelle attività di disseminazione e diffusione

Dalla partecipazione degli istituti di ricerca, si aspetta: 1) Sostegno all'innovazione per quanto riguarda la piena applicazione della Direttiva sull'eco-design al settore nautico marchigiano; 2) Produzione e disseminazione di un

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



modello di collaborazione integrata tra le organizzazioni di ricerca, il mondo dell'imprenditorialità ed le autorità pubbliche a favore dell'attuazione della Direttiva 2005/23/EC; 3) Disseminazione dell'esperienza presso le organizzazioni nazionali ed internazionali di ricerca; 4) Contributo alla sostenibilità dell'azione tramite l'ideazione, a conclusione del progetto, di nuovi moduli di formazione per giovani ingegneri

Caratterizzazione intervento di un istituto di ricerca (Università di Urbino), coordinamento scientifico e operativo

Stakeholders N°5: Autorità Pubbliche

Purché ideata in un'ottica di sviluppo sostenibile trasversale dell'intero territorio marchigiano, questa proposta progettuale richiede il sostegno delle autorità pubbliche. Verte in effetti ad essere considerata come un esempio di buone prassi per quanto riguarda una collaborazione integrata tra ricerca-impresa-pubblico che non sia attuata al solito livello di governo intermedio (provincia), sino al livello regionale.

Nella fase di attuazione, saranno coinvolti come segue: 1) Destinatari delle attività di sensibilizzazione sulla tematica del progetto; 2) Sostegno politico ed amministrativo alle processo di sperimentazione congiuntamente avviato dal settore nautico e dagli istituti di ricerca; 3) Sostanziale contributo nelle attività di disseminazione e diffusione

Dalla partecipazione degli istituti di ricerca, si aspetta: 1) Produzione e disseminazione di un modello di sostegno degli enti pubblici alle organizzazioni produttive e di ricerca relativamente all'attuazione della Direttiva 2005/23/EC; 2) Disseminazione dell'esperienza presso le organizzazioni pubbliche provinciali, regionali e nazionali; 3) Contributo alla sostenibilità dell'azione tramite lo sviluppo di un piano di sostegno a dispositivi imprenditoriali innovativi d'attuazione della Direttiva 2005/23/EC;

Oltre alle autorità pubbliche partner del progetto, tutte le Province sono coinvolte nella fase di disseminazione e diffusione dei risultati del progetto.

Università E Comunità Scientifiche

Vista la portata scientifica di progetto, la collaborazione con l'Università di Urbino, un segmento importante della nostra comunicazione è costituito dalle università e le comunità scientifiche

Nella fase di attuazione, saranno coinvolti come segue: Sostegno all'innovazione per quanto riguarda la piena applicazione della Direttiva sull'eco-design al settore nautico marchigiano; 2) Produzione e disseminazione di un modello di collaborazione integrata tra le organizzazioni di ricerca, il mondo dell'imprenditorialità ed le autorità pubbliche a favore dell'attuazione della Direttiva 2005/23/EC; 3) Disseminazione dell'esperienza presso le organizzazioni nazionali ed internazionali di ricerca; 4) Contributo alla sostenibilità dell'azione tramite l'ideazione, a conclusione del progetto, di nuovi moduli di formazione per giovani ingegneri

Pubblico generale + Focus Per Persone Diversamente Abili

L'intero progetto sfocerà con la realizzazione di un'imbarcazione pensata per l'accesso di persone diversamente abili. Un target significativo pertanto sarà rappresentato dalla suddetta categoria.

5. Attori

Partner n°1 PROVINCIA PESARO
 Partner n°2 UNIVERSITA URBINO
 Partner n°3 PROVINCIA ANCONA
 Partner n°4 CAMERA COMMERCIO PROVINCIA ANCONA
 Partner n°5 LINSET
 Partner n°6 CNM
 Partner n°7 CAMM
 Partner n°8 ADRIATIC FESTIVAL

6. Attività di Comunicazione e Strumenti

PARTNER



Provincia di Pesaro e Urbino



Provincia di Ancona



1506
 UNIVERSITÀ
 DEGLI STUDI
 DI URBINO
 CARLO BO



L'intero progetto è sostenuto da un'intensa attività di comunicazioni, sviluppata durante tutto l'arco temporale del progetto, con il supporto di ciascun attore, secondo il target di riferimento. (vedi capitolo precedente).

6.1 All'Avvio

Del Progetto

Realizzazione di tutto il materiale necessario per dare identità riconoscibilità al progetto: creazione del naming e del marchio, dell'immagine coordinata (necessaria per le comunicazioni relative al progetto, sia interne, tra i partner, che verso l'esterno).

Scelta del naming e marchio:

Naming

La scelta del naming si è rilevata particolarmente corretta.

L'acronimo E (ecodesign) Na (nautica) è breve, quindi facile da ricordare e rimane facilmente e velocemente impresso nella memoria.

Marchio:

Sintesi estrema del nostro progetto, racchiude tutti gli elementi fondamentali:

Si è scelta una font semplice, chiara, ben leggibile.

I colori verde e azzurro richiamano il concetto del rispetto per l'ambiente e la natura, l'azzurro richiama inequivocabilmente i colori del mare.

A sottolineare ulteriormente il legame del nostro progetto con mare, una sorta di "corona" e onda.

L'onda richiama infatti anche la stilizzazione delle corone di alloro, simbolo di vittoria, che venivano utilizzate nell'antica Roma per incoronare i condottieri vincenti.

E' un augurio di successo del progetto che vede nel mare il contesto naturale della sua realizzazione.

Convegno/Launch seminar

Attività di diffusione e disseminazione

Attivazione del sito web dal terzo mese e che sarà aggiornato per l'intera durata del progetto

Realizzazione della brochure del progetto, disponibile al terzo mese del progetto

Attivazione di un ufficio stampa per l'intera durata del progetto

6.2 Durante Il Progetto

Durante il progetto occorre mantenere viva la comunicazione tra i partner e tenere alto l'interesse dei media e dei pubblici di riferimento. Si prevedono quindi una serie di attività finalizzati ai predetti obiettivi.

- | | | |
|--------------------------|---|--------------|
| <input type="checkbox"/> | | Newsletters |
| <input type="checkbox"/> | | 20 articoli |
| <input type="checkbox"/> | stampa | |
| <input type="checkbox"/> | diffusione, in particolare nell'iniziativa annuale FANO YATCH Festival, | Attività di |
| <input type="checkbox"/> | del progetto attraverso trasmissione TV | Divulgazione |

6.3 In Fase Conclusiva Del Progetto

- | | | |
|--------------------------|---|----------------|
| <input type="checkbox"/> | di un convegno di diffusione dei risultati del progetto | Organizzazione |
| <input type="checkbox"/> | di un Numero speciale in una rivista scientifica | Pubblicazione |
| <input type="checkbox"/> | scientifico dedicata ai risultati del progetto | Pubblicazione |

Attività di comunicazione a conclusione del progetto

Dopo il progetto, saranno avviate le seguenti attività di diffusione e disseminazione dei risultati del progetto:

- Pubblicazione dei risultati del progetto nei siti dei laboratori di ricerca associati al progetto
- Proposte progettuali di replicazione dell'esperienza in altri settori : per questo, il ruolo delle organizzazioni di categorie è fondamentale.
- Presentazione dei risultati nell'ambito dei network nazionali delle **Camere di Commercio**, della

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



Confederazione Nazionale degli Artigianati, dell'Unione delle Provincia italiane, del Network del Forum delle città.

- d. Disseminazione dell'esperienza attraverso la partecipazione a convegni esterni al progetto.

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



Consorzio
Navale
Marchigiano



Linset
Laboratorio
di ingegneria
nautica
e testing



ADRIATICFESTIVAL