

Piano di Diffusione e disseminazione del progetto E.N.A. Anno di riferimento 2013

Indice

1 Premessa

1.1. Variazione rispetto al piano di diffusione e disseminazione 2012

2. Analisi dello scenario

2.1. Il contesto geografico socio/economico

3. Obiettivi e Indirizzi

3.1. Obiettivo del progetto ENA

3.2. Obiettivi specifici del piano di diffusione disseminazione per il 2013

4. Segmentazione dei pubblici di riferimento

5. Attori

6. Strumenti e canali di diffusione

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



1. Premessa

1.1 Variazione rispetto al piano di diffusione e disseminazione 2012

Il piano di diffusione e disseminazione 2013 integra nei contenuti specifici annuali i piani degli anni precedenti, con un aggiornamento ritenuto indispensabile, alla luce dell'avanzamento delle complesse fasi del progetto ENA.

Contemporaneamente, il contesto e lo scenario in continua evoluzione, rendono necessari degli aggiustamenti nelle strategie di diffusione dei risultati conseguiti nel corso dell'anno.

In estrema sintesi, l'aggiornamento annuale previsto dall'azione 4.1 del progetto, risponde a due diversi vincoli: uno interno che deriva dall'impegno di rendere pubblici i risultati prodotti dall'attuazione delle diverse fasi progettuali, uno esterno che ha origine nella complicata e critica situazione del settore della nautica da diporto nel suo complesso.

Le nostre finalità di *informazione e visibilità dei risultati* prodotti dal progetto ENA, insite in un piano di "disseminazione e diffusione", sono profondamente condizionate dalla gravissima crisi che ha colpito il settore produttivo del comparto della nautica a livello nazionale e locale nell'ultimo triennio.

Si rende necessario quindi un adeguamento degli indirizzi e delle strategie di diffusione e disseminazione, ivi compreso un ampliamento del target di riferimento, individuato con puntualità all'interno degli ambiti ulteriori da inserire e alla luce del continuo aggravarsi dello scenario in cui il progetto è inserito, che deve fare i conti con la chiusura di numerose aziende del comparto nautico a livello regionale e nazionale.

In un contesto che deve fare i conti con la propria sopravvivenza e che quindi è poco ricettivo all'ascolto delle innovazioni proposte, si procede ad individuare le strategie più opportune per attirare l'attenzione degli addetti ai lavori sulle opportunità di sviluppo e competitività sul mercato che questo progetto può offrire.

2. Analisi dello scenario

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



2.1 Il contesto geografico socio/economico

La Nautica italiana ad oggi è un settore in forte crisi dopo anni di crescita ed exploit internazionali. Anton Francesco Albertoni, presidente di Ucina Confindustria Nautica, l'associazione di categoria che rappresenta le industrie e le imprese del settore del diportistico, lo dichiara a chiare lettere e rivolge un appello pressante ai futuri protagonisti del modo della politica, illustrando la situazione drammatica che sta attraversando l'industria nautica nazionale dal 2008 ad oggi, con contrazione del mercato dell'80% e perdita di 18.000 posti di lavoro diretti e 20.000 nell'indotto.

Il fatturato della cantieristica da 3,8 miliardi di euro del 2007 retrocede a 1,3 miliardi del 2012. Dati illustrati a Cagliari durante l'edizione 2013 del Satec, convention annuale riservata agli associati di Ucina Confindustria Nautica, da Gianmarco Ugolini, direttore scientifico dell'osservatorio nautico.

3. Obiettivi ed indirizzi

3.1 Obiettivo del progetto ENA

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**; di indirizzi innovativi per facilitare l'accesso alle persone anziane e diversamente abili (“for all”), consentendo di abbattere le barriere architettoniche.

3.2 Indirizzi specifici del piano di diffusione disseminazione per il 2013

Il piano 2013 si prefigge l'obiettivo di dare visibilità e comunicare i risultati prodotti, allargando il target di riferimento, con una focalizzazione verso un pubblico di orientamento scientifico, come gli Istituti di ricerca, le Università e la comunità scientifica, senza peraltro tralasciare il target fondamentale delle imprese.

Questa scelta si legittima alla luce delle attività e azioni che verranno svolte nell'ambito del progetto ENA, che nel corso del 2013 vedranno la conclusione della Fase 2 "Sviluppo" e l'inizio della Fase 3 "Implementazione".

Si continueranno a coinvolgere, tenendole aggiornate sugli sviluppi del progetto ENA, le aziende del settore, le associazioni di categoria, le autorità pubbliche, che, sia in qualità di produttori diretti di imbarcazioni, sia come forze che contribuiscono a favorire lo sviluppo e la ripresa economica ed occupazionale, devono avere tutte le informazioni che consentano loro di valutare correttamente e pienamente gli sforzi compiuti durante le attività di progetto, e le prospettive che il raggiungimento degli obiettivi di Ena può aprire nel settore della nautica da diporto.

Il focus maggiormente concentrato su un pubblico "scientifico", è dettato dal fatto che i risultati del 2013 sono certamente più condivisibili con una platea che tratta tematiche affini. In questo modo si pensa si possa dare maggiore visibilità alle attività di indagine, di ricerca di vie innovative e di sperimentazione condotte nell'ambito del progetto, promuovendo i risultati raggiunti.

Inoltre si intende ampliare la diffusione dei risultati progettuali non solo all'interno del territorio di riferimento ma anche all'esterno.

Per le modalità di diffusione e di disseminazione si rimanda al punto 6.

4. Segmentazione Dei Pubblici Di Riferimento

I principali soggetti destinatari del piano di diffusione e disseminazione del 2013 sono:

PARTNER



Provincia di
Pesaro e Urbino



Provincia
di Ancona



1506
UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI URBINO
CARLO BO



- Università di Pescara e di Padova
- Istituti di ricerca
- CINFAI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per la Fisica dell'Atmosfera e delle Idrosfere) che raggruppa 24 università italiane.
- Comunità Scientifiche
- Produttori di componenti ed allestimenti navali

Questi sono i soggetti con cui confrontarsi e condividere i risultati progettuali raggiunti.

L'Università di Urbino è già ampiamente coinvolta, in qualità di partner all'interno del progetto. Si prevede di raggiungere, tramite il piano di diffusione e disseminazione, altri Istituti Universitari e di ricerca con affinità di ricerche e tematiche inerenti il progetto ENA.

CINFAI è uno dei 7 Enti di ricerca italiani che partecipano al programma bandiera nazionale RITMARE che è il più importante progetto bandiera italiano ed è interamente dedicato allo sviluppo delle questioni marino-marittime, ed è stato Lead partner di progetti europei dedicati all'assistenza al traffico marittimo.

Le comunità scientifiche (ricercatori, tecnici del settore) verranno coinvolte in quanto potrebbero beneficiare del percorso implementato, dei risultati raggiunti e degli strumenti individuati dal progetto ENA.

Produttori di componenti ed allestimenti navali saranno interessati dal piano di diffusione e disseminazione del 2013 in quanto coinvolti in prima persona nelle fasi di sviluppo (Fase 2) e di implementazione (Fase 3).

Parallelamente saranno coinvolte nel piano di diffusione e disseminazione anche:

Aziende del settore nautico

Associazioni di categoria

Autorità Pubbliche

5. Attori

Tutti i soggetti partner parteciperanno attivamente al piano di diffusione e disseminazione:

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 GITECMA (variazione rispetto al precedente piano di comunicazione)

Partner n°8 ADRIATIC FESTIVAL

6. Strumenti e canali di diffusione

I principali strumenti e canali di diffusione che verranno utilizzati per l'*informazione* e la *visibilità dei risultati* saranno:

- A. Tavolo tecnico per la comunicazione e la diffusione
- B. Roll Up e materiale cartaceo informativo
- C. Presentazione PPT del progetto
- D. Sito web del progetto
- E. Produzione di newsletters
- F. Pubblicazioni tecniche

Tavolo tecnico per la comunicazione e la diffusione

E' stato istituito un Tavolo tecnico per la comunicazione e la diffusione interno al progetto, costituito da un membro per ogni partner., come previsto nella governance del progetto, con il compiti di programmare e realizzare tutte le attività inerenti la diffusione e sensibilizzazione del progetto. Per il 2013, stabilisce e predispone i programmi dei due workshops da svolgere all'interno del cantiere, cura l'organizzazione e la promozione dell'evento " Fano Yacht

Festival” edizione 2013, cura la partecipazione dei responsabili del progetto all’edizione 2013 di “Ecomondo”, verifica l’opportunità di partecipare ad altri eventi che verranno sottoposti all’attenzione del Comitato

Roll Up e materiale cartaceo informativo

Per promuovere e divulgare il progetto durante tutta la sua vita, verranno allestiti degli stand con un pannello pubblicitario (Roll Up) e del materiale cartaceo informativo sul progetto ENA nei luoghi nevralgici del territorio di riferimento e ove possibile all’esterno del territorio in occasione di convegni, manifestazioni, fiere, o altre iniziative che abbiano attinenza con le tematiche insite nel progetto.

Presentazione PPT del progetto

Verrà realizzata una presentazione PPT del progetto ENA, di facile fruibilità, sia su supporto cartaceo che informatico. Questo prodotto è stato pensato per essere utilizzato dai partner nelle occasioni in cui sia necessario illustrare in modo immediato il progetto nella sua totalità, oppure da far circolare telepaticamente, quando viene richiesto di avere informazioni sul progetto stesso.

Sito web del progetto e produzione di newsletter

Il sito web del progetto costituisce il principale veicolo di informazione e di diffusione del progetto stesso.

Il sito verrà aggiornato periodicamente con cadenza trimestrale in base all’avanzamento delle singole fasi del progetto con documentazione dettagliata sui risultati raggiunti.

All’interno del sito verranno periodicamente pubblicate le newsletters tematiche.

Pubblicazioni tecniche

Nell’anno 2013 saranno divulgati, tramite 3 pubblicazioni con taglio tecnico, i risultati relativi alle attività svolte per le prime tre azioni della Fase 2 di Sviluppo: azioni 2.1, 2.2, 2.3.

Queste pubblicazioni, già anticipate nelle linee guida al Fano Yacht Festival 2012, saranno

oggetto di presentazione esaustiva nel corso del Fano Yacht festival edizione 2013.

Per le azioni 2.3, 2.4 e 2.5 durante l'anno 2013 saranno elaborate le linee guida dei Piani di progetto per la presentazione integrale durante i 2 workshop previsti nell'anno 2014 all'interno del cantiere dove avverrà la costruzione del prototipo.

Partecipazione ad eventi, convegni e seminari tematici.

Parallelamente alla divulgazione delle tematiche di carattere conoscitivo, manterremo l'interesse dei media e del grande pubblico attraverso la partecipazione ad alcuni eventi e manifestazioni del settore. Eventi individuati:

- **Ecomondo (Rimini - Novembre 2013)**
- **Fano Yacht Festival (Settembre 2013)**

Durante i due eventi la visibilità e la promozione dell'intero progetto sarà garantita attraverso la presenza di uno stand ENA, l'attività dell'Ufficio Stampa, la divulgazione sui media regionali. La partecipazione ad eventi sarà sempre supportata dall'ufficio stampa.