

LINEE GUIDA per il PIANO di COMUNICAZIONE¹

IL PIANO DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

I beneficiari del finanziamento devono svolgere attività volte ad aumentare la visibilità del progetto e l'impatto dei suoi risultati, e in particolare:

- Condividere i risultati della ricerca con i loro potenziali utilizzatori: la comunità scientifica, il mondo dell'industria, altri attori commerciali, la società civile e i decisori politici (disseminazione).
- Promuovere l'azione e i suoi risultati alla società, fornendo informazioni mirate a pubblici diversificati, in modo strategico ed efficace (comunicazione)².

Un buon piano di comunicazione e disseminazione è tenuto a:

- prevedere un numero di attività adeguato alle caratteristiche del progetto e distinguere tra attività di disseminazione e comunicazione;
- coinvolgere una pluralità di stakeholder attraverso un modello di comunicazione che se possibile alterni comunicazione unidirezionale alla comunicazione dialogica/bidirezionale. La comunità scientifica condivide conoscenze e risultati della ricerca, mentre gli stakeholder contribuiscono con visioni, punti di vista e saperi esperienziali. Questo approccio riconosce il valore delle conoscenze non strettamente scientifiche nel rafforzare e orientare la ricerca, favorendo una maggiore coerenza tra i suoi esiti e i valori e bisogni della società;
- indicare e dettagliare gli **obiettivi di ciascuna attività di comunicazione e/o disseminazione**;
- descrivere sia i **target** selezionati (i partner, l'ente finanziatore, la comunità scientifica, gli stakeholder e le diverse componenti della società civile) sia i **mezzi** di comunicazione ritenuti più idonei per raggiungerli;
- indicare il messaggio/i e i **risultati attesi** dalle singole attività di comunicazione e/o disseminazione;
- indicare una specifica tempistica per le attività. È consigliabile che le attività di comunicazione, per lo meno in alcune delle modalità identificate, inizino con l'approvazione del progetto e continuino per tutta la sua durata, con periodicità costante e programmata, in modo da non interrompere il flusso di informazioni. È evidente che i contenuti del piano includono, ma non si limitano, alla disseminazione dei risultati del progetto, e che sarà importante sensibilizzare e dialogare con i diversi target sulle tematiche e gli ambiti di ricerca che il progetto va a toccare. È importante indicare in modo chiaro i **tempi** di realizzazione di ogni attività (conferenza, brochure, comunicati stampa, caffè scienza, ...);
- contenere una sintetica strategia di **valutazione e monitoraggio** dei risultati. Il monitoraggio dovrà essere effettuato per ogni mezzo utilizzato: ad esempio nel caso si utilizzi il web attraverso gli appositi Tools disponibili (Google Analytics, Insight, ecc...), nel caso invece si utilizzino i canali tradizionali attraverso le classiche fonti di monitoraggio (Audipress, Radio monitor, Auditel, ecc...);
- prevedere un **budget** adeguato che garantisca la completa realizzazione delle attività del piano.

¹ Queste linee guida si ispirano alle indicazioni di Horizon 2020 contenute nella guida "Communicating EU research and innovation guidance for project participants" e alle indicazioni fornite dalla European Research Executive Agency in termini di disseminazione ([Dissemination and exploitation - European Research Executive Agency](#))

² Materiale di approfondimento: [Communicating your project — Acknowledgement of EU funding - Online Manual - Funding Tenders Opportunities](#)
[Dissemination and exploitation of project results - Online Manual - Funding Tenders Opportunities](#)