



# Come scrivere un dissemination plan

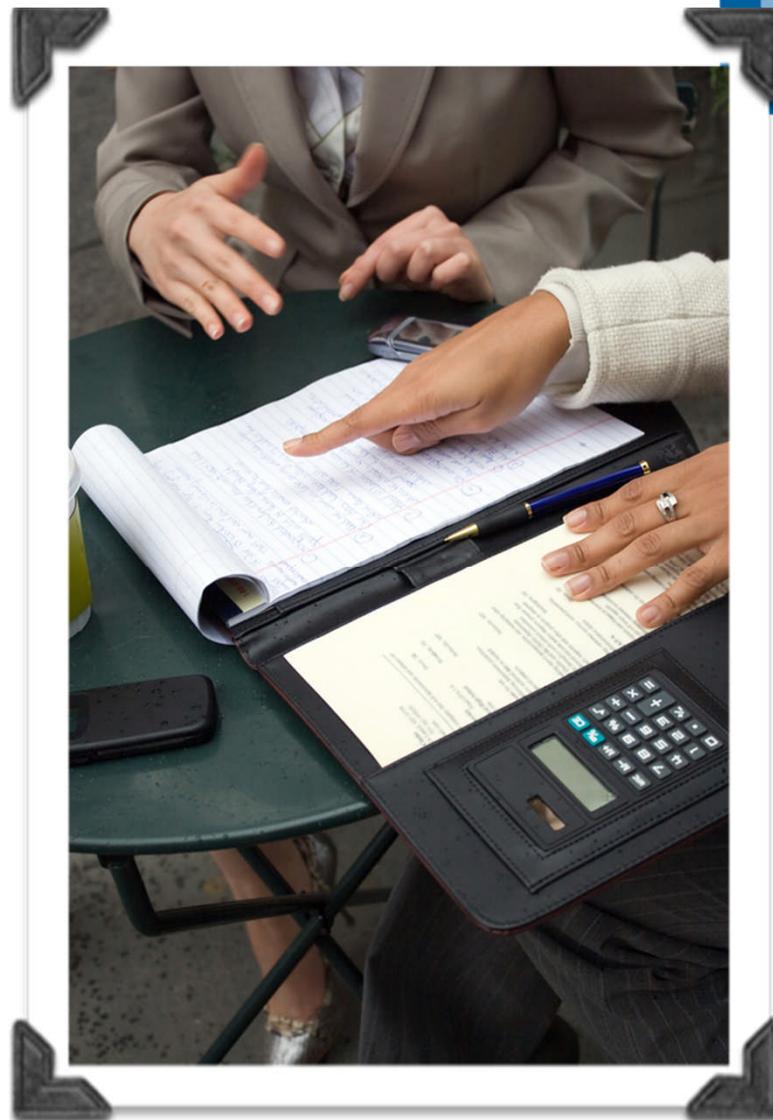
Di Rosa Matteo – [dirosa@apre.it](mailto:dirosa@apre.it)

H2020 NCP - Climate Action, Environment, Resource Efficiency and Raw Materials (SC5)

21 Gennaio – Pavia



Prima di iniziare  
è  
essenziale un  
piano di  
comunicazione!





# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Lavoro preliminare

<p><b>A chi?</b>          Scientific Officer          Scientific community          Policy makers          The media,          Pubblico</p>	<p><b>Dove?</b>          Giornali scientifici          meetings          Internet          TV          Media</p>	<p><b>Cosa?</b>          Risultati di ricerca          Eventi chiave</p>
<p><b>Come?</b>          Website          brochures - posters          Press releases          Sommari          Foto          Video</p>	<p><b>Chi?</b>          Progetto          Commissione</p>	<p><b>Perchè?</b>          Visibilità          Impatto          Responsabilizzare i cittadini          Obbligo nel Grant Agreement</p>
<p><b>Quando?</b>          In tempo</p>		



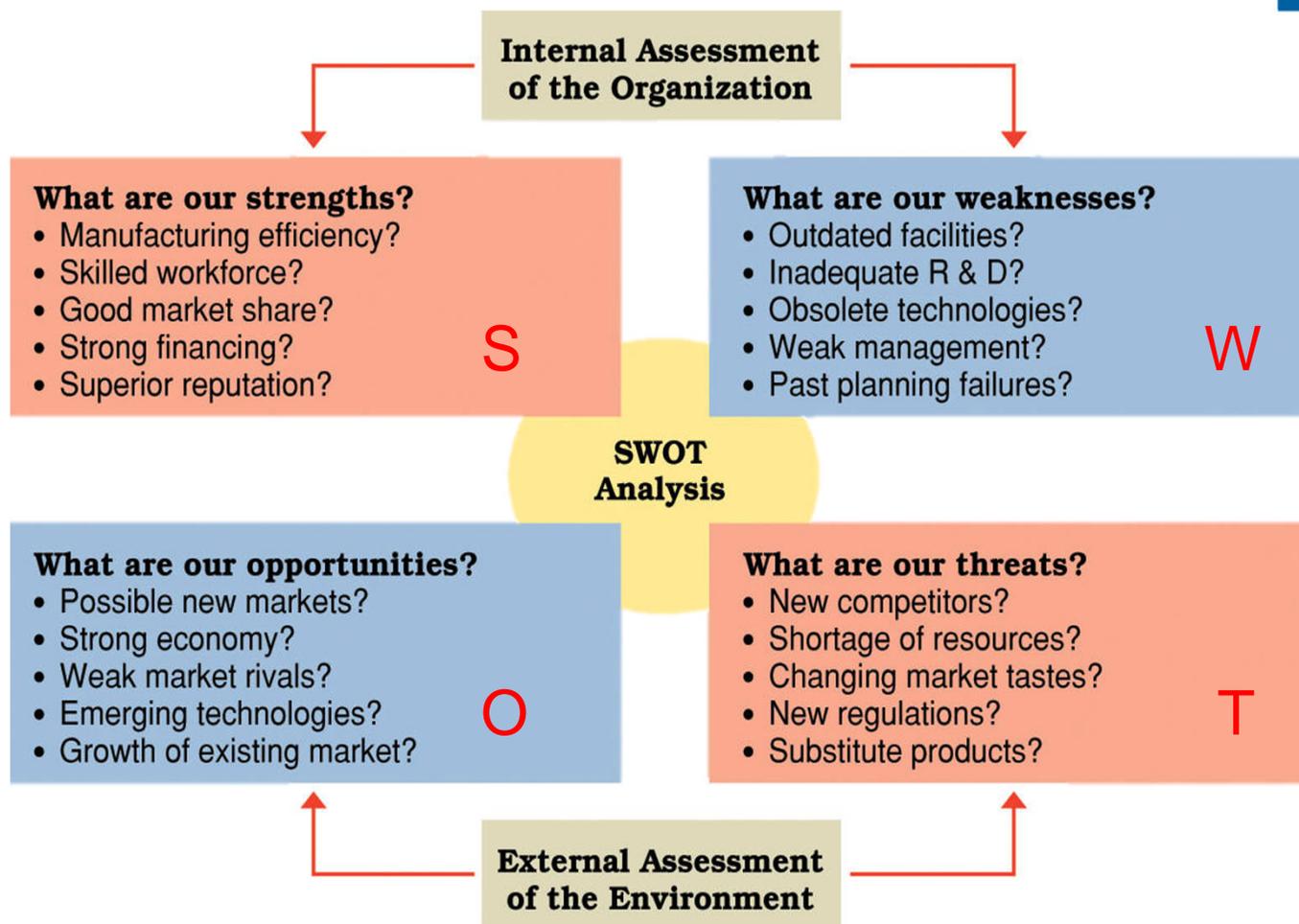


# Premessa

- Elementi importanti che condizionano in modo rilevante le attività di comunicazione
- gli elementi caratterizzanti dell'oggetto della nostra comunicazione (attributi oggettivi)
- Cosa è stato fatto di simile (in termini di comunicazione)
- Elementi di scenario rilevanti (sociali, politici, legislativi)



# SWOT Analysis



In fase di premessa è sempre utile fare la SWOT analysis del progetto



# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Obiettivi

- **Obiettivi:** quali risultati vogliamo raggiungere? Perché comunicare?

## Obiettivi di comunicazione

- trasferimento d'informazione
  - visibilità / awareness
  - dialogo
  - Persuasione
- Obiettivi di business



# Obiettivi S.M.A.R.T.



- **S**pecifici: dovrà essere chiaro quello che tu vuoi raggiungere

**M**isurabili: dovrà essere possibile quantificare gli oggetti del progetto e i benefici

**A**ccessibili: dovrà essere possibile raggiungere gli obiettivi (conoscendo le risorse e le capacità a disposizione della comunità);

**R**ealistici: dovrà essere possibile ottenere il livello di cambiamento riflesso dall'obiettivo, e legati al

**T**empo: determinando il periodo di tempo in cui ogni obiettivo verrà raggiunto.





# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Interlocutori

- **Interlocutori primari:** a chi parliamo?
- **Interlocutori secondari:** chi ha influenza sul target primario

Es.

Interlocutori primari: Policy Maker

Interlocutori secondari: Giornali e media,  
 lobbisti e la seduta parlamentare





# Interlocutori





## Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Messaggio

- Una buona strategia è di evidenziare uno o più concetti chiave che esprimono il raggiungimento di un beneficio o, più in generale, di un aspetto positivo.
- E' fondamentale ricordare però che la comunicazione è efficace soltanto se emittente e ricevente danno lo stesso significato al messaggio.

Non è sufficiente essere chiari ma anche immedesimarsi in chi riceve il messaggio che tu stai inviando.

Attenzione a non banalizzare il messaggio



# Messaggio: criteri di valutazione

**familiarità / pertinenza:** quanto il messaggio chiave è vicino, in termini conoscitivi, all'interlocutore: se è troppo "vicino" rischia di essere banale, se è troppo "lontano" viene percepito come incomprensibile

**rilevanza:** quanto il messaggio colpisce gli interessi o le preoccupazioni dell'interlocutore. Se il messaggio è lontano dagli interessi dell'interlocutore, risulterà privo di interesse. Se è molto vicino può "colpire" in modo imprevedibile l'interlocutore.





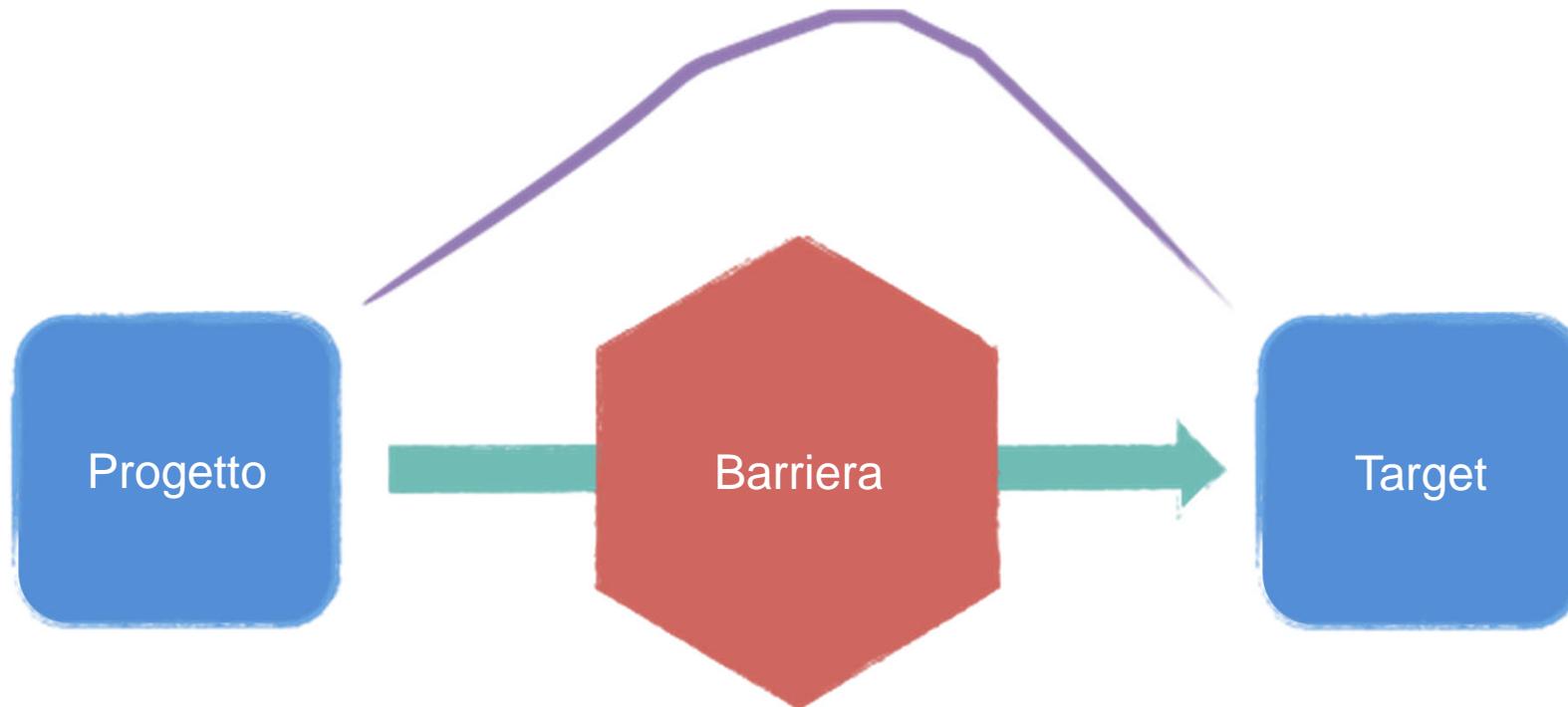
# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività





# Strategia



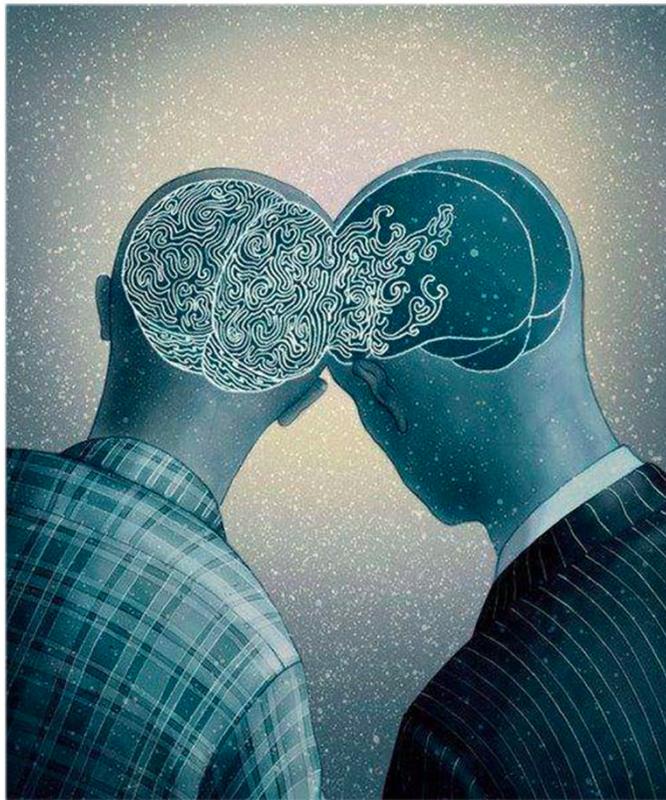


# Il piano di disseminazione

- Premessa
- Obiettivi
- Interlocutori
- Messaggio
- Strategia
- Attività



# Attività



Quali sono le azioni concrete che, in coerenza con la strategia, dobbiamo realizzare per raggiungere gli obiettivi?



# Attività di Comunicazione

Alcuni esempi di attività di comunicazione:

- Advisory Board
- Campagna pubblicitaria
- Conferenza stampa
- Brochure
- Congresso/Convegno/Brokerage
- Sito Internet & Social Media
- Ufficio stampa
- Direct mailing





# Attività di comunicazione

Ogni singola attività deve essere illustrata in modo specifico:

A chi è indirizzata?	Di quali messaggi è portatrice?	Come si svolge?
Quando si svolge?	Quale risultato prevediamo di ottenere?	