

Rete FACE DESIGN
Piano di Comunicazione

1. OBIETTIVI STRATEGICI

Identificazione degli obiettivi che il piano di comunicazione intende raggiungere nell'ambito della programmazione attuata con il piano operativo per lo sviluppo della rete innovativa regionale o del distretto industriale.

Il piano di comunicazione per la Rete Innovativa FACE design si prefigge un duplice obiettivo: da un lato diffondere informazioni relative ai risultati raggiunti nei vari progetti finanziati dalla Regione Veneto nell'ambito del FERS 2014-2020. Dall'altro proseguire nella comunicazione delle attività che il Politecnico svolge ormai da decenni, finalizzata all'orientamento e al trasferimento di saperi tecnici ai giovani e alla formazione dei lavoratori del settore calzaturiero, al sostegno alle aziende nella definizione di progetti di ricerca e innovazione, nei servizi ad alto valore aggiunto erogati.

Ciò porta all'ulteriore consolidamento di un network in realtà già molto strutturato cui prendono parte diversi stakeholder: imprese, università e centri della conoscenza, scuole e istituti tecnici, parti sociali, enti pubblici, altri attori pubblici e privati.

Il Consorzio FACE intende dunque diffondere sul territorio il programma di attività, facilitando le sinergie tra le imprese della rete e le collaborazioni a livello regionale nazionale ed europeo, oltre a comunicare i progetti che si intenderanno realizzare. L'obiettivo è anche quello di assicurare che le attività dei progetti, i risultati ottenuti, i prodotti e i servizi generati siano ampiamente diffusi. Si prevede che le attività e i risultati dei progetti conseguiti, nell'ambito dei bandi di finanziamento, dalle imprese realizzatrici e dalle Università vengano comunicati all'esterno con gli strumenti più idonei.

In ultima analisi, l'obiettivo è quello di agire in un'ottica di open innovation, facilitando la diffusione della conoscenza finalizzata allo sviluppo di soluzioni tecnologiche che possano coinvolgere l'intera filiera presente.

2. TIPOLOGIA DI PUBBLICI

Identificazione dei gruppi di pubblico di riferimento e dei target specifici destinatari della comunicazione attuata con il presente piano.

Il Consorzio comunicherà le attività svolte e i risultati scientifici dei progetti sia all'interno del distretto sia dandone visibilità all'esterno mediante i portali web, le pagine social, documenti multimediali, articoli di giornale e incontri, in modo tale da raggiungere gli interlocutori esterni, anche istituzionali, attraverso più canali. In questo modo si vogliono coinvolgere il più possibile soggetti privati e pubblici interessati ai temi trattati. I destinatari del piano di comunicazione sono, in primis, gli operatori del settore calzaturiero, i soggetti della conoscenza, gli enti pubblici e privati. Un altro target che si intende raggiungere è rappresentato dagli stakeholder.

3. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

Identificazione degli elementi principali della strategia di comunicazione, tra cui il ruolo dei partner quali soggetti moltiplicatori di informazioni e il coinvolgimento dei beneficiari in qualità di testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto delle politiche regionali.

La Rete FACE DESIGN rappresenta Hub fondamentale per le aziende, da cui attingere informazioni su tutto ciò che avviene nel settore Moda.

Nella strategia di comunicazione sono previsti numerosi incontri, seminari, workshop, newsletter volte ad informare quasi giornalmente le attività, le opportunità, le novità del settore.

Nell'ambito dei progetti di distretto, un ruolo di principale importanza nell'ambito della comunicazione sarà dato direttamente dalle imprese coinvolte nei progetti, in quanto soggetti fortemente attivi e

testimoni diretti dei vantaggi e del valore aggiunto che le politiche regionali apportano nel corso della realizzazione dei progetti.

Gli elementi principali del piano di comunicazione saranno il frequente e costante monitoraggio di tutte le attività progettuali e la loro comunicazione all'esterno per far conoscere il progetto e gli attori coinvolti, stimolare la partecipazione alle attività e valorizzandole al tempo stesso.

4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

Elencare gli strumenti operativi, sia online che offline, che sono impiegati nell'attuazione del piano di comunicazione. Definire le modalità, le tempistiche e la frequenza di utilizzo della strumentazione predisposta evidenziando i risultati attesi anche in termine di feedback del pubblico destinatario.

Il piano di comunicazione del Consorzio FACE Design intende raggiungere la più ampia platea, pubblica e privata. Considerando che al giorno d'oggi il sistema più veloce ed immediato nel mondo della comunicazione è quello delle visualizzazioni da parte degli utenti web, i principali canali di comunicazione saranno:

- mail: inviata alla mailing list propria dei soci del Consorzio.

- social: post specifici sulle piattaforme social di uso più comune (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn).

- sito internet: all'interno del sito istituzionale del Politecnico Calzaturiero verrà creata un'apposita area riservata alle Reti Innovative. All'interno di questa verranno pubblicati articoli riguardo risultati ottenuti e novità.

Le comunicazioni verranno rilasciate con una frequenza nel tempo variabile a seconda delle attività in essere. Nei periodi meno densi di attività si prevede almeno una comunicazione al mese, tramite social e sito internet, per mantenere aggiornata l'utenza sulle attività svolte dal Consorzio. Nei periodi più intensi si prevede almeno una comunicazione ogni due settimane tramite social e sito internet. Le comunicazioni via mail verranno utilizzate solo per la diffusione di notizie importanti e traguardi raggiunti.

Si prevede anche un aggiornamento periodico per la diffusione dei risultati ottenuti tramite il portale www.venetoclusters.it nella pagina riservata alla Rete Innovativa (almeno una volta ogni 3 mesi) e pubblicazioni di articoli sulla stampa, su riviste di settore e sui media locali. Si prevede anche l'organizzazione almeno un evento formativo, coinvolgendo le associazioni di categoria socie del Politecnico, gli stakeholder del territorio tra cui la Regione Veneto e il sistema delle Camere di Commercio.

5. CRONOPROGRAMMA – TIMELINE

Elaborare un cronoprogramma delle attività di comunicazione rapportato alla timeline della programmazione definita nel piano operativo di sviluppo.

Il Piano di comunicazione finalizzato alla divulgazione delle informazioni relative ai contenuti dei progetti, sia in termini di singola azienda, sia in termini di aggregazione, si svilupperà nell'arco degli anni di riferimento per le seguenti attività di comunicazione:

- Anno 2017:

- comunicazione delle linee programmatiche del distretto attraverso incontri e diffusione delle iniziative;
- divulgazione dei bandi promossi sia a livello regionale che statale.

- Anno 2018 e 2019:

- pubblicazioni dei progetti e dei risultati a mezzo stampa;
- comunicazioni sul sito web del Politecnico
- pubblicazioni relative ai progetti sui siti web e sui canali social delle aziende, per condividere ampiamente gli sviluppi con il pubblico;
- incontri sul territorio con le aziende e gli enti di riferimento
- presentazione delle nuove opportunità di finanziamento concesse dalla Regione Veneto

- Anno 2020:

- presentazione dei progetti durante le manifestazioni fieristiche alle quali parteciperanno le aziende;
- organizzazione di eventi informativi aperti al pubblico al termine dei progetti
- presentazione delle attività della RIR a livello europeo.

Documento aggiornato a settembre 2019

Contatti



+39 049/980.11.11



+39 049/980.14.69



info@politecnicocalzaturiero.it
scuola@politecnicocalzaturiero.it



Via Venezia n. 62 - 35010 Capriccio di Vigonza (PD)