

## Piano di comunicazione del progetto Efficienza agropastorale

### e sicurezza alimentare nel territorio di Miabi

#### “EFASAM”

#### IL PROGETTO - PRESENTAZIONE

La Regione Abruzzo – Dipartimento della Presidenza e rapporti con l'Europa, – Servizio Europrogettazione - Rapporti con gli uffici dell'UE e Raccordo con la sede di Bruxelles - di concerto con l'assessorato alle Politiche sociali - è risultata vincitrice del primo bando dell'Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo riservato agli enti territoriali, attraverso il progetto denominato "EFA-SAM: Efficienza agropastorale e sicurezza alimentare nel territorio di Miabi" (Repubblica democratica del Congo). Nello specifico, si tratta del primo "Avviso per la concessione di contributi a iniziative presentate dagli enti territoriali - Dotazione finanziaria 2017", pubblicato a giugno 2017 dall'Agenzia italiana per la cooperazione allo sviluppo (AICS), braccio operativo autonomo al servizio del ministero Affari esteri e cooperazione internazionale (MAECI), al fine di favorire le azioni degli enti territoriali, soprattutto in partenariato, dirette ad affrontare le cause della povertà e della mancanza di lavoro nei Paesi partner e a perseguire gli obiettivi di sviluppo sostenibile delineati dall'Agenda 2030.

Il progetto Efficienza agropastorale e sicurezza alimentare nel territorio di Miabi “EFASAM “ si inserisce nell'ambito del rafforzamento delle attività agro-pastorali e dell'autosufficienza alimentare ed ha l'obiettivo di rendere gli agricoltori dell'area di intervento veri e propri attori dello sviluppo rurale locale, accompagnandoli in un iter di professionalizzazione sull'agro-ecologia;

Le attività del progetto sono finalizzate a sostenere gli agricoltori del territorio di Miabi, nella repubblica democratica del Congo, con un'attenzione particolare ai giovani e alle donne, al fine di contrastare le cause delle condizioni di fame, malnutrizione, povertà e disagio in cui versano gli stessi.

La Regione Abruzzo, in qualità di Lead partner, è responsabile della gestione del progetto e del coordinamento dei Partners nazionali e internazionali; è, inoltre, responsabile della valutazione in itinere ed ex post del progetto stesso.

Sono Partner del progetto: la Provincia di Chieti, l'Università degli studi Teramo , la Caritas diocesana Chieti Vasto, l'Unione montana dei Comuni del Sangro, Il buon Samaritano Onlus, il Comune di Miabi (Repubblica democratica del Congo), Convergence chrétienne pour la paix et le développement(CCPD), la Caritas développement diocèse de Mbujimayi (CDM).

Nell'ambito dell'accordo di partenariato per la disciplina dell'esecuzione dell'iniziativa in parola, sottoscritto dal Presidente della Provincia di Chieti il 3 aprile 2018, è previsto che le attività della Provincia di Chieti devono riguardare la comunicazione e la disseminazione delle attività progettuali.

L'iniziativa sarà identificata dalla frase “COLTIVIAMO IL FUTURO in Miabi”. Essa, unitamente ai loghi dei partner, sarà riportata nei materiali promozionali e sugli strumenti di comunicazione.

## IL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il presente documento rappresenta il Piano di comunicazione del progetto Efficienza agropastorale e sicurezza alimentare nel territorio di Miabi "EFASAM e si propone, pertanto, di individuare e definire gli obiettivi, i destinatari, gli strumenti e gli interventi della disseminazione e della diffusione delle attività poste in essere dagli enti coinvolti.

Il Piano è predisposto dalla Provincia di Chieti, partner al quale sono demandate le attività di comunicazione e di disseminazione delle attività progettuali.

### OBIETTIVI

Gli obiettivi della comunicazione del progetto EFASAM sono di seguito indicati:

#### OBIETTIVO 1

Il progetto deve accrescere la conoscenza dello sviluppo nell'ambito del territorio di competenza degli enti coinvolti, attraverso la diffusione della conoscenza delle reali condizioni di vita nelle zone di intervento e degli strumenti che saranno posti in essere per migliorarle. Attraverso i partner congolese, l'iniziativa dovrà essere diffusa ai destinatari delle misure di intervento, affinché tutti gli interessati siano effettivamente coinvolti.

#### OBIETTIVO 2

La disseminazione del progetto EFASAM può e deve essere l'occasione per far conoscere al maggior numero di soggetti pubblici e privati le iniziative e le opportunità che l'AICS pone in essere per garantire la cooperazione allo sviluppo in ambito internazionale. La cooperazione è, infatti, definita, dall'Agenzia stessa, come una nuova e più moderna forma di politica estera, attraverso lo sradicamento della povertà e la riduzione delle disuguaglianze, la promozione dei diritti umani e dell'eguaglianza di genere, il sostegno alla democrazia liberale e alla costruzione dello stato di diritto.

#### OBIETTIVO 3

Deve essere dato rilievo al ruolo di coordinamento della Regione Abruzzo, quale Lead partner, ed alle attività svolte da ciascun partner progettuale, come previste nell'ambito delle convenzioni stipulate.

#### OBIETTIVO 4

Vanno comunicate di volta in volta le valutazioni intermedie ottenute ed i risultati conseguiti mediante il progetto.

---

## DESTINATARI

La comunicazione del Progetto ha la finalità principale di educare alla solidarietà ed alla cooperazione allo sviluppo. I destinatari sono, pertanto, diffusi e potenzialmente a copertura totale della popolazione.

Più ragionevolmente, ci si propone di raggiungere principalmente quei destinatari che, più di altri, vanno sensibilizzati sull'argomento.

---

## GIOVANI

I destinatari principali della comunicazione del progetto sono i giovani. Su di loro, infatti, è riposta la fiducia e la speranza di costruire un mondo migliore. A loro va comunicata, senza particolare enfasi, ma con sincerità e buona fede, l'importanza di sostenere chi è indietro, chi è in difficoltà, chi non ce la fa, poiché il beneficio di questa azione, anche posta in essere in luoghi remoti e lontani, tornerà a vantaggio di tutti. I giovani saranno raggiunti mediante le organizzazioni scolastiche, ma anche mediante le parrocchie. Il target principale è quello degli studenti della scuola media superiore, ma si può valutare l'opportunità di costruire un dialogo anche con gli studenti della scuola primaria, adattando opportunamente il linguaggio ed i contenuti alla loro età.

---

## ENTI, ISTITUZIONI, ASSOCIAZIONI

I destinatari secondari della comunicazione del progetto sono gli enti, le istituzioni e le associazioni del territorio regionale, affinché si sentano coinvolti nell'azione di sostegno allo sviluppo e si facciano a loro volta promotori di altre iniziative.

---

## CITTADINI

Come detto, i destinatari sono potenzialmente a copertura totale della popolazione. È interesse dei promotori e dei partner che più persone siano sensibilizzate e raggiunte dal messaggio del progetto. La comunicazione dovrà, pertanto, raggiungere anche i singoli cittadini, affinché cresca la consapevolezza e la conoscenza dell'origine dei fenomeni migratori e della necessità di porre in essere azioni concrete di supporto e di sviluppo nei territori più poveri della Terra, per costruire una cittadinanza globale, che annulli e colmi le inique disparità tra esseri viventi.

---

## STRUMENTI E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE

La scelta degli strumenti di comunicazione è fortemente condizionata dalla disponibilità di risorse. Con il budget a disposizione saranno realizzati materiali promozionali, tipo roll-up e depliant, da esporre e distribuire in occasione degli eventi.

In prima battuta, si punterà sull'individuazione di canali di diffusione a basso impatto, senza costi aggiuntivi, se non quelli legati all'utilizzo di risorse umane già previste nel progetto.

---

## SITI INTERNET DEI PARTNER

Il primo strumento da attivare è la creazione, sui siti internet dei partner del progetto, di un'apposita area dedicata. All'interno di tale area saranno pubblicati, i documenti, i contenuti anche fotografici delle attività che vengono di volta in volta poste in essere.

Ciascun partner dovrà pubblicare i materiali riferiti alle attività di propria competenza e sarà responsabile della trasmissione e diffusione di tali materiali agli altri partner, affinché possano essere pubblicati anche sui loro siti.

---

## NEWSLETTER

Sarà redatta una newsletter, con periodicità variabile, prodotta in occasione del verificarsi di eventi ai quali dare particolare rilievo. Tale newsletter sarà trasmessa ad una mailing list, che sarà stilata in collaborazione con i partner, individuando tutti i soggetti ai quali strategicamente è importante comunicare le attività progettuali (enti ed istituzioni del territorio, rappresentanti in parlamento eletti nella Regione Abruzzo, scuole, parrocchie, associazioni, ecc.).

La newsletter sarà prodotta dalla Provincia di Chieti, raccogliendo il materiale trasmesso da tutti i partner, riferito alla diffusione delle attività di rispettiva competenza.

---

## WORKSHOP

Saranno organizzati workshop ed incontri presso le scuole della Regione, per sensibilizzare i ragazzi sulle condizioni di vita e di sviluppo nei Paesi di intervento, per educare alla solidarietà, per diffondere le iniziative sulla cooperazione allo sviluppo, per far conoscere i risultati conseguiti dal progetto. Sarà organizzato un evento finale, per la presentazione delle attività svolte e dei risultati conseguiti.

---

## SOCIAL MEDIA

Compatibilmente con la disponibilità di risorse umane e strumentali, si provvederà ad attivare profili social del progetto, mediante i quali mostrare le condizioni di vita nei Paesi destinatari del progetto e le attività poste in essere.

Tale attività potrà essere gestita dalla Provincia di Chieti o da un altro partner, eventualmente individuato.

---

## TELEVISIONE

Saranno coinvolte le redazioni locali di canali nazionali per ottenere la diffusione di un reportage da realizzare anche nella Repubblica Democratica del Congo.

---

## EVENTO CONCLUSIVO

Sarà organizzato un evento finale, in collaborazione con l'AICS. I dettagli di tale evento saranno successivamente definiti con l'AICS e con l'Ente esecutore.

## SOMMARIO

IL PROGETTO - PRESENTAZIONE .....	1
IL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	2
<b>Obiettivi</b> .....	2
<b>Destinatari</b> .....	3
<b>Strumenti e strategie di comunicazione</b> .....	3