

DOCUMENTO STRATEGICO  
**PIANO EDITORIALE**  
**NEW MEDIA**  
**LIFE SIC2SIC**

23 LUGLIO 2019



## 1. OBIETTIVO GENERALE

Sulla base delle osservazioni e dei suggerimenti scaturiti dall'ultimo incontro con il responsabile europeo, il presente piano ha lo scopo di migliorare la percezione, la qualità delle informazioni, l'engagement e il tono giornalistico di tutta la mole di informazioni che vengono prodotte e diffuse sui social in occasione delle tappe regionali programmate.

Risulta quindi cruciale definire una strategia di *problem solving* volta a dare risposte concrete a problemi oggettivi

Per il raggiungimento di questi obiettivi e per dare seguito al processo di ottimizzazione e di miglioramento delle attività social/web LIFE Sic2Sic, si rende necessario affrontare e risolvere le criticità di seguito riportate

- Ottimizzare tutte le informazioni raccolte attraverso l'attività di mappatura delle istituzioni, degli influencer, dei giornalisti, delle imprese e dei soggetti della rappresentanza
- Effettuare una osservazione comparativa delle pagine con *topic* affini a quelle del nostro progetto
- Redirigere tutti i vecchi post Facebook ed i clip video taggando le pagine ufficiali dei parchi e dei Siti Natura 2000, le pagine ufficiali Facebook di LIFE programme Euenvironment. Prediligere l'utilizzo del Tag alle pagine ufficiali (es: @nome.pagina.ufficiale), piuttosto dell'hashtag ai topic correlati (es: #topic)
- Consultare le statistiche Facebook e muoversi secondo i risultati
- Valorizzare su Instagram i soggetti naturalistici: panorami, fiori, animali, oltre alle foto dei ciclisti e degli eventi
- Ripensare la linea editoriale passando dal tono istituzionale usato finora ad un tono più coinvolgente e accattivante
- Realizzare una survey/questionario sul livello di conoscenza del progetto LIFE Sic2Sic, della Rete Natura 2000, dei temi della biodiversità e dell'ambiente
- Cercare e selezionare eventi importanti, come ad esempio la Settimana della Biodiversità (maggio 2020) afferenti il tema della biodiversità, rilanciarli e utilizzarli come moltiplicatore

## 2. STRATEGIA DI INTERVENTO

Alla luce degli obiettivi e dei suggerimenti riportati nella prima parte di questo documento, è stata fatta la scelta di aggiornare la strategia editoriale attraverso 4 interventi:

1. Rafforzamento del ruolo del social media manager prevedendo un più intenso e costante presidio di coordinamento, nonché, prevedendo un ampliamento dell'attività di monitoraggio attraverso un miglior utilizzo delle statistiche social ed un costante controllo del gruppo di redazione rispetto allo svolgimento delle attività programmate (numero di post, qualità copy, tag, etc). In questa progressione del ruolo del social media manager, è prevista anche una funzione di ampliamento delle attività social introducendo eventi che consentano di moltiplicare l'attenzione verso Sic2Sic.

2. Riorganizzazione della compagine editoriale, ampliando la redazione che nella nuova configurazione sarà composta da tre figure di editor ed una di advertiser.

3. Ridefinizione delle aree tematiche di presidio social, introducendo una attività organizzata su tre macro-ambiti:

- Tappe in Puglia
- Rete Natura 2000 / LIFE / Biodiversità / Cultura
- Ecosostenibilità / Bicicletta

A tal proposito, ciascun editor sarà responsabile di un tema che dovrà sviluppare nei suoi contenuti, e nella valorizzazione attraverso collegamenti con pagine, influencer, eventi e tag coerenti.

Un primo editor seguirà tutte le tappe in terra di Puglia; raccoglierà informazioni che giungeranno quotidianamente dagli ecociclisti, verificherà le fonti, selezionerà le notizie rilevanti. Ad esempio, quando il gruppo di ciclisti arriverà nei pressi delle lagune costiere verranno selezionate info e foto/video, approfonditi vari aspetti legati all'habitat, alle specie animali e vegetali importanti, fornite informazioni essenziali sulla qualità della biodiversità, cercando di collegare gli aspetti scientifici con l'estetica del paesaggio.

Un secondo editor avrà il compito di presidiare tutta l'area Rete Natura 2000 e LIFE, reperendo e selezionando notizie interessanti, curiose, stimolanti sui siti in Puglia, in Italia e in Europa e sul progetto LIFE, rilanciandole formulando quesiti e sintetizzando concetti con un approccio "copy" incuriosente e attenzionale. Quanti sono e dove sono i siti N2000 in Puglia, quali sono le caratteristiche, il livello di conoscenza dei siti da parte dei cittadini, che specie animali e vegetali ospitano i diversi siti. La differenza tra SIC, ZSC e ZPS. Gli obiettivi della preservazione di specie animali e vegetali tenendo in considerazione le esigenze economiche, sociali e culturali in

una logica di sviluppo sostenibile. L'approfondimento di interessanti habitat a basso impatto ambientale e ad alti livelli di biodiversità. Le informazioni sull'attività agricola presente nei SIC: caratteristiche e impatto ambientale. Quantità e qualità dei siti N2000 in Puglia con numeri in grado di raccontare la complessità e l'importanza del progetto europeo Rete Natura 2000.

Il terzo editor dovrà cercare informazioni e curiosità sulle due **b** tanto care a questo progetto: la bicicletta e la biodiversità.

- La bicicletta e il Progetto LIFE Sic2Sic
- La bicicletta in Puglia: dove, come, quanto, chi
- Il crescente interesse per il cicloturismo
- Produzione biciclette in Italia e in Europa
- L'evoluzione della bicicletta: e bike
- La bicicletta e l'ambiente
  
- La biodiversità nei Siti N2000 in Europa e in Italia
- La biodiversità nei Siti N2000 e in Puglia
- Cosa si intende per biodiversità
- Conoscere la biodiversità in Puglia
- L'importanza della biodiversità nelle aree marine e terrestri
- Il network regionale della biodiversità
- Cos'è un Focal Point

4. Infine, per dare nuovo impulso alla conoscenza e alla diffusione del Progetto LIFE Sic2Sic, sono state messe in cantiere due importanti iniziative che contribuiranno a coinvolgere maggiormente il target di riferimento e concorreranno a diffondere il tema della biodiversità e dell'importanza dell'esistenza dei siti N2000.

- La creazione di una Survey (vedi obiettivi generali) con lo scopo di valutare il livello di conoscenza della biodiversità e della Rete Natura 2000, presso il target di riferimento. Questa attività, in più, è sostenuta e accompagnata da una mirata campagna di comunicazione social

- La creazione di un Concorso Fotografico in grado di spingere i cittadini a fotografare, conoscere e preservare la straordinaria ricchezza di biodiversità che il nostro paese può vantare con i suoi 2.613 siti. Anche questo Concorso Fotografico sarà accompagnato da una campagna social dal forte impatto visivo

A supporto dell'intera attività degli editor e dell'eventistica pianificata dal social media manager, sarà impegnato l'advertiser il quale, potrà disporre di un rafforzamento del budget con l'obiettivo di valorizzare eventi ed informazioni attraverso la leva dell'adv.