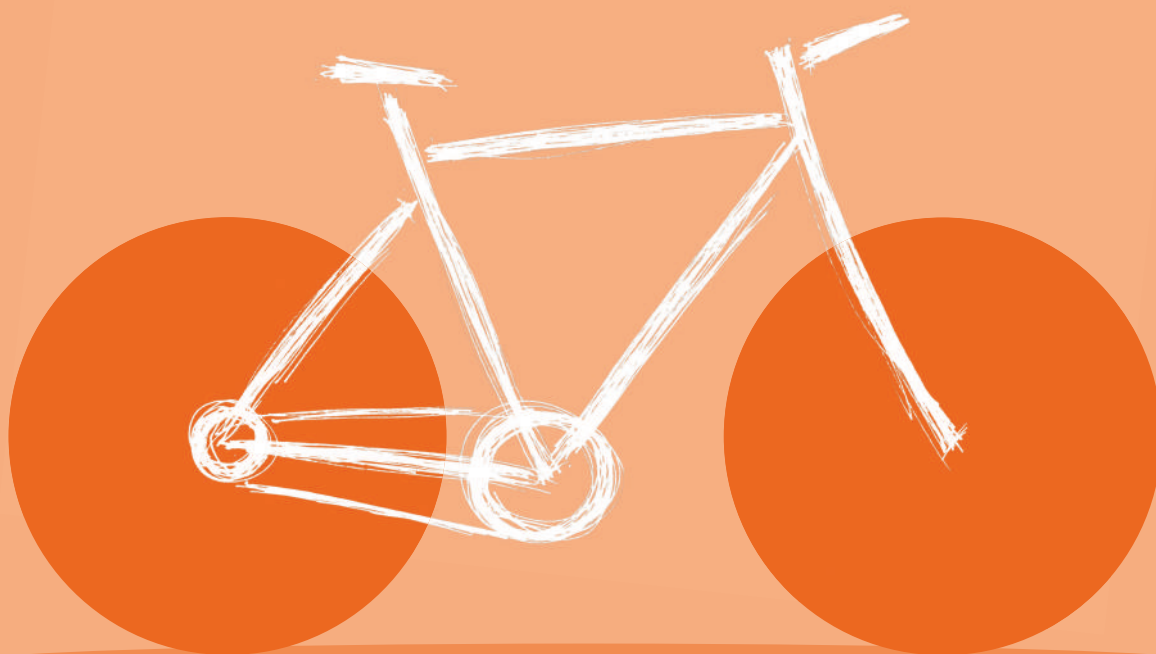


# IL PROGETTO LIFE SIC2SIC. METODOLOGIA, ATTIVITÀ E RISULTATI.



## LAYMAN'S REPORT

- 
- Il Progetto LIFE SIC2SIC, *pag 2*
  - La campagna istituzionale, *pag 3*
  - Il tour ciclistico LIFE SIC2SIC, *pag 4*
  - Le attività in-formative nelle scuole, *pag 5*
  - Gli incontri istituzionali, *pag 6*
  - L'attività di confronto con le imprese, *pag 9*
  - Gli eventi pubblici, *pag 11*
  - L'attività di ufficio stampa, *pag 14*
  - Le azioni new media, *pag 15*
  - La conferenza finale, *pag 17*
  - I risultati attraverso le cifre, *pag 18*

## Il Progetto LIFE SIC2SIC.

Il Progetto LIFE SIC2SIC, cofinanziato dalla UE nell'ambito del programma LIFE, nasce con l'ambizioso obiettivo di disegnare una campagna di comunicazione allo scopo di rafforzare e promuovere una partecipazione attiva e consapevole di giovani e studenti, della cittadinanza, delle istituzioni e delle imprese ad un obiettivo di maggiore tutela e valorizzazione economica e sociale della biodiversità nei siti della Rete Natura 2000 (RN2000).

Obiettivi e target hanno orientato nella direzione di una campagna integrata dove con-

vivono interventi tradizionali di eventistica, incontri istituzionali, ufficio stampa e attività in-formativa nelle scuole, con interventi new media attraverso Adv e presidio redazionale social-web e una azione di comunicazione non convenzionale nella forma del viaggio in bici.

A guidare questo ricco e articolato insieme di attività è stato l'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA) che ha lavorato in partnership con la società di comunicazione Ares 2.0, la Federazione Italiana Ambiente e Bicicletta (FIAB), e l'incubatore di imprese Enne3.

	<p>L'ISPRA è ente pubblico di ricerca, sottoposto alla vigilanza del Ministro dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del mare (MATTM). Il Ministero si avvale dell'Istituto nell'esercizio delle proprie attribuzioni, impartendo le direttive generali per il perseguimento dei compiti istituzionali. L'ISPRA è integrato nel Sistema nazionale a rete per la protezione dell'ambiente (legge 132/2016) che conta la presenza sul territorio nazionale di 21 tra le agenzie regionali (ARPA) e provinciali (APPA). L'ISPRA presiede il Consiglio federale composto dal direttore generale e dai legali rappresentanti delle ARPA e APPA.</p>
	<p>ARES 2.0 è una società organizzata su due divisioni che operano in costante sinergia: quella della comunicazione sociale ed istituzionale e quella della elaborazione di prodotti informativi. La società è certificata ISO 9001:2015 e da oltre 4 anni è accreditata presso il Parlamento europeo come fornitore di servizi di comunicazione istituzionale.</p>
	<p>Enne3 è un incubatore d'impresa universitario che ha sede a Novara e si occupa di promuovere e sviluppare progetti d'impresa innovativi dall'attitudine tecnologica, creativa e sociale, con particolare attenzione al territorio del Piemonte orientale. Negli anni Enne3 ha elaborato metodologie innovative per lo sviluppo imprenditoriale di piccoli territori e comunità orientato sui temi turismo, servizi e creatività. Opera con il mondo industriale sulle tematiche di ricerca e sviluppo e di trasferimento tecnologico.</p>
	<p>La FIAB è un'organizzazione ambientalista. La struttura è federativa, riunendo oltre 130 associazioni autonome locali, sparse in tutta Italia, che hanno lo scopo di promuovere l'uso della bicicletta sia come mezzo di trasporto quotidiano per migliorare traffico e ambiente urbano, sia per la pratica dell'escursionismo, vale a dire di una forma di turismo particolarmente rispettosa dell'ambiente.</p>

## La campagna istituzionale.

A dare il volto all'intero progetto è stata ideata una campagna istituzionale che firma ed orienta ciascuna delle iniziative previste. Biodiversità, sostenibilità, ambiente, bicicletta, queste sono le *key words* che ci hanno condotto alla creazione di un concept creativo in grado di comunicare con immediatezza ed efficacia il principale obiettivo del progetto: promuovere la conoscenza dei siti Rete Natura 2000, presidi di biodiversità, in 7 regioni italiane utilizzando il mezzo più ecologico a disposizione: la bicicletta. La forza e l'originalità

della campagna poggiano su un dispositivo di comunicazione che vede l'unione di due elementi essenziali: la bicicletta, trattata gestualmente, e una foto con delle rotoballe. L'integrazione dei due elementi crea una immagine forte, memorabile, coinvolgente. Immediatamente entriamo nel contesto. Le rotoballe definiscono l'ambito, un ambiente rurale protetto, e si integrano con il mezzo giusto per scoprirlo e conoscerlo: la bicicletta. La campagna, così come è stata pensata, si presta per essere declinata con vari altri elementi naturali, ad esempio fiori, frutta, etc. non perdendo mai in freschezza e originalità.

*La campagna di comunicazione istituzionale e alcuni elementi della sua declinazione*



## Il tour ciclistico LIFE SIC2SIC.

Snodo centrale del disegno di comunicazione SIC2SIC è stata la decisione di inserire nel media mix un'azione non convenzionale nella forma di un tour ciclistico, mezzo che sempre di più rappresenta il simbolo tangibile di una partecipazione attiva alla tutela dell'ambiente. Dopo un attento lavoro di costruzione delle tappe da percorrere all'interno delle 7 regioni selezionate per il progetto, la squadra dei ciclisti SIC2SIC è partita per un tour di promozione della biodiversità. Lungo un percorso di 5.770 km che ha attraversato 915 comuni

e 387 Siti Natura 2000, la squadra dei 6 ciclisti e del gruppo di supporto, ha svolto una attività di sensibilizzazione, attraverso attività in-formativa nelle scuole, incontri con le istituzioni locali, workshop tematici e organizzazione di tappe aperte alla partecipazione della cittadinanza.

I percorsi in bicicletta sono quindi diventati una occasione concreta per stabilire un contatto diretto tra cittadini, istituzioni e attori economici, e condividere una riflessione sull'importanza di disegnare un territorio rispettoso della natura e della biodiversità.



COMUNI **915** **5.770** KM PERCORSI  
SITI NATURA 2000

## Le attività in-formative nelle scuole.

All'interno dell'ampio ed eterogeneo pubblico a cui si è rivolto SIC2SIC, i giovani sono stati un *core target*. L'informazione e la sensibilizzazione degli studenti sul valore dell'ambiente, sulla tutela della biodiversità ed il ruolo della Rete Natura 2000 hanno rappresentato un obiettivo cui è stato dedicato un particolare impegno. In questa prospettiva, è stato sviluppato un format di evento in-formativo che fa propri i principi del ciclo della *Gestalt* o ciclo dell'esperienza. L'incontro, della durata di un'ora, è stato organizzato su 4 momenti:

- Brainstorming: attaccare sulla parete dell'aula un grande foglio di carta bianco, su cui scrivere le parole chiave "Rete Natura 2000" o "Biodiversità"; chiedere agli alunni a cosa pensano leggendo queste parole. Non ci sono risposte sbagliate ma solo risposte giuste su cui non si esprime alcun giudizio
- Contatto: lezione su cosa è la Rete Natura 2000 e sull'importanza di una corretta gestione delle aree naturali
- Gioco didattico: ognuno trova la propria "natura" poetica con il *caviardage* per scrivere la natura
- Post contatto: feedback finale, restituzione e consegna diplomi

Con questo approccio sono stati organizzati 48 incontri che hanno coinvolto circa 4.200 studenti e 161 operatori scolastici.



161 OPERATORI SCOLASTICI  
48 INCONTRI  
4.200 STUDENTI

## Gli incontri istituzionali.

La decisione di SIC2SIC di prevedere tra i suoi obiettivi anche quello di rafforzare la consapevolezza degli attori istituzionali rispetto al valore dei temi ambientali nella costruzione delle policy di sviluppo del territorio, ha trovato riposta all'interno della strategia di comunicazione attraverso la costituzione di un vero e proprio ufficio per le relazioni istituzionali, organizzato per gestire il coinvolgimento delle istituzioni locali in un processo che si compone di 5 macrofasi:

1. Mappatura degli attori istituzionali di interesse SIC2SIC nei comuni attraversati dal tour ciclistico
2. Preparazione di materiali informativi per un primo contatto mail con l'istituzione locale
3. Contatto telefonico per verificare l'interesse e, di fronte ad un esito positivo, avviare un confronto rispetto ai temi dell'incontro

4. Attivazione di ufficio stampa, segreteria organizzativa e staff comunicazione SIC2SIC al fine di creare le migliori condizioni per l'incontro
5. Realizzazione dell'incontro nella giornata condivisa, consegna del notice board

La metodologia descritta, che come noto si inquadra a pieno titolo nell'ambito del *relational marketing*, ha garantito risultati ben oltre gli obiettivi di progetto. Complessivamente gli incontri istituzionali sono stati 83 per un coinvolgimento di 236 amministratori locali.

Una misura dell'efficacia di questo approccio è senza dubbio la disponibilità dichiarata da 15 amministrazioni a siglare un protocollo SIC2SIC al fine di garantirsi una collaborazione con il gruppo di lavoro di progetto per un processo di implementazione green del Comune.

AMMINISTRATORI  
LOCALI

236

PROTOCOLLI  
SIC2SIC

15

INCONTRI  
ISTITUZIONALI

83



Nell'ambito degli incontri istituzionali devono essere annoverate anche le attività di networking con gli altri progetti LIFE. Su questo fronte, successivamente ad una mappatura dei progetti che per obiettivi ed attività avevano le caratteristiche utili a valorizzare ed estendere la presenza SIC2SIC, è stata avviata una attività di incontri con i rappresentanti di 25 progetti.

25 PROGETTI

---

## L'attività di confronto con le imprese.

Per raggiungere l'obiettivo specifico di incentivare l'impresa ad accedere ad una prospettiva di valorizzazione competitiva della sostenibilità ambientale, in ogni regione del tour SIC2SIC è stata attivata un'azione di coinvolgimento delle imprese centrata sui settori chiave della filiera turistica, imprese innovative dei servizi al turismo, imprese della filiera della mobilità sostenibile (prevalentemente bike), imprese virtuose per politiche di riduzione di impatto ambientale. Un'azione di coinvolgimento che è stata preparata a monte con l'individuazione dell'universo di riferimento delle imprese che sono state ricercate recuperando contatti nei seguenti modi:

1. Filiera turismo ed accoglienza, attraverso Easyholydays srl che ha mappato tutte le imprese di accoglienza turistica in Italia ed in Europa ([www.easyholydays.it](http://www.easyholydays.it))
2. Filiera start up, con il Registro speciale delle start up innovative del Ministero dello Sviluppo Economico ([startup.registroimprese.it](http://startup.registroimprese.it)) e contatti diretti con gli attori dell'innovazione, come BIC Sicilia
3. Filiera mobilità sostenibile imprese raccolte attraverso la ricerca sul Web con parole chiave collegate al tema delle biciclette e della mobilità sostenibile
4. Filiera imprese virtuose, ricercando contatti diretti attraverso interviste e comunicazione con le associazioni territoriali degli industriali.

Complessivamente sono state raggiunte oltre 4.000 imprese (prevalentemente nel settore dell'accoglienza turistica) con due modalità differenti: per il turismo attraverso il contatto veicolato dal portale Easyholydays; per gli altri target con l'invio di una email.

Con gli interlocutori del settore turismo ed accoglienza si è dialogato in fase di presentazione del progetto e della possibilità di ospitare il "gruppo" nelle loro strutture; nell'occasione è stato verificato se ci fossero le condizioni minime ed ottimali per creare la possibilità di ospitare gruppi di turisti in bicicletta attenti ad una vacanza "sostenibile".

Le verifiche ed il dialogo si sono incentrati su 4 macrotemi: caratteristiche degli spazi nella struttura, luogo e distanza dai punti di interesse, cibo e prodotti locali, marketing. Questo lavoro è stato svolto in tutti i punti di partenza ed arrivo delle tappe percorse, con un risultato di oltre 198 imprese incontrate.

198  
IMPRESE



## Gli eventi pubblici.

Decisiva nella strategia di comunicazione SIC2SIC è l'attività di incontro con il territorio, i suoi cittadini, imprese, giovani. Con questa finalità, accanto ai momenti di incontro istituzionale e di confronto con le imprese, è stata programmata una attività di eventistica su due diversi livelli: quello tradizionale nella forma del workshop territoriale e della conferenza nazionale, e quello non convenzionale nella forma della tappa pubblica con finalità di coinvolgimento, sensibilizzazione e informazione dei cittadini (*learning by cycling*).

Sul fronte degli incontri pubblici, l'attività è andata ben oltre la programmazione dei 7 eventi regionali e 2 eventi nazionali previsti sul progetto. La densa attività di incontri con i molti protagonisti del territorio è stata

uno straordinario volano per moltiplicare l'interesse a condividere occasioni pubbliche per confrontarsi sui temi SIC2SIC.

Nel complesso, nel corso del tour sono stati organizzati 24 eventi pubblici di cui 3 nazionali e 19 territoriali. Ovviamente non sono mancate novità nella forma con cui questi eventi sono stati gestiti. Dopo un biennio dove le scelte organizzative erano quelle più tradizionali del workshop e conferenza, nell'ultimo anno la pandemia (Covid-19) ha fatto evolvere l'occasione pubblica nella direzione di eventi in remoto nella forma del talk. In ogni modo, va sottolineato che nonostante la situazione non si è voluto rinunciare alla forma in presenza. In Sicilia, infatti, 8 comuni si sono resi disponibili per eventi serali aperti al pubblico, offrendo uno spazio e condizioni di partecipazione in sicurezza.



24 EVENTI

Per quanto riguarda invece le occasioni pubbliche di *learning by cycling*, come previsto dal progetto, ogni tour regionale è stato scandito da 5 tappe settimanali, sempre concluse al sabato con una tappa pubblica che, sotto la guida di FIAB ha visto

una estesa partecipazione del territorio. Tali pedalate, stimulate dalle attività di animazione territoriale sono diventate eventi di *critical mass* per la promozione di usi alternativi e sostenibili dei territori e soprattutto dei siti della Rete Natura 2000.





100  
TAPPE

6.600  
CITTADINI COINVOLTI  
NEI PERCORSI CICLISTICI

## L'attività di ufficio stampa.

L'attività di *media relation*, sotto la guida di ISPRA ha svolto un ruolo primario nel raggiungimento del duplice obiettivo di attenzione istituzionale e sensibilizzazione del pubblico ai temi SIC2SIC.

Al fine di massimizzare l'efficacia è stata fatta la scelta di sfruttare il sistema di relazioni stampa di tutti i partner, prevedendo quindi un impegno di ciascuno nel rendere disponibile i contatti con influencer e giornalisti.

Ovviamente, l'attività è stata avviata utilizzando i dati disponibili sulla mappatura elaborata nella prima fase del progetto. Nonostante questo, l'attività stampa ha

avuto una evoluzione che è andata ben oltre. Ogni occasione di viaggio e di contatto ha rappresentato un valore straordinario per costruire rapporti con la stampa locale che si è sempre rivelata molto interessata a valorizzare il progetto e la partecipazione del governo locale.

La modalità con cui si è operato è quella tradizionale di un contatto con le testate, spesso intermedie da un soggetto della governance locale, a cui è seguita una nota informativa (comunicato stampa) che è diventato l'articolo pubblicato.

Grazie a questa strategia, il progetto SIC2SIC è riuscito a garantirsi uno spazio in 225 testate tra nazionale e locale.



225 ARTICOLI

---

## Le azioni new media.

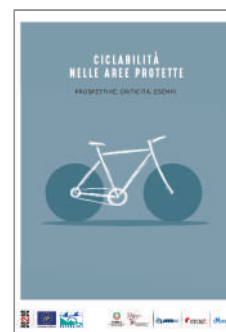
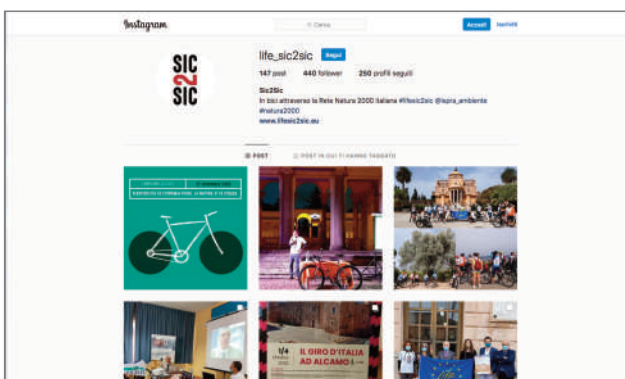
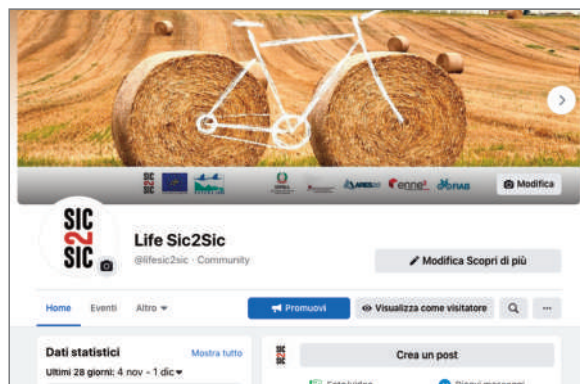
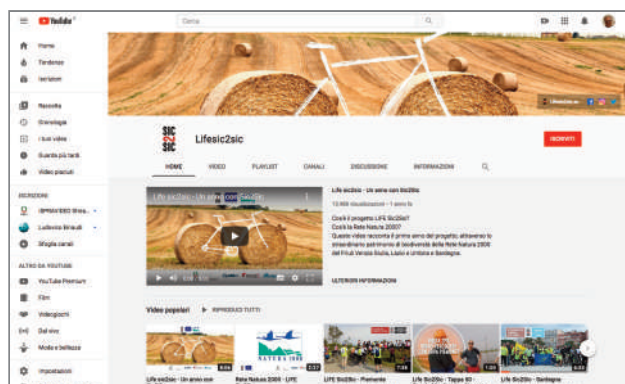
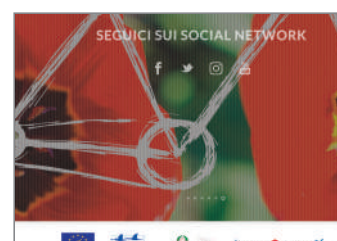
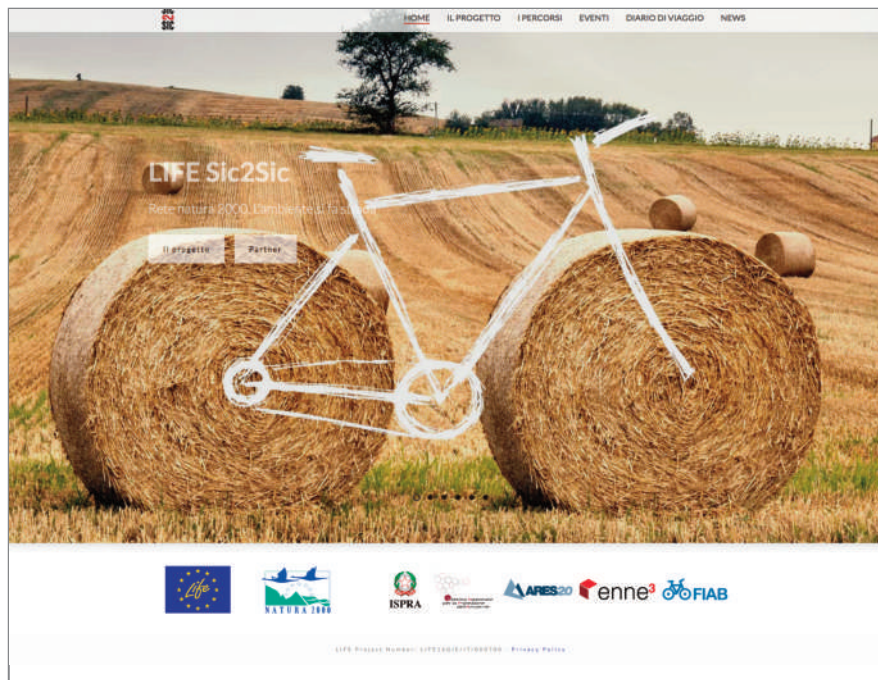
Ad accompagnare il tour ciclistico e le attività svolte lungo i 6.000 km percorsi, c'è stata una intensa attività di comunicazione veicolata attraverso i canali social e web. Elemento comune nell'uso di questi canali è stato un approccio storytelling. Attraverso un portale web e l'apertura di pagine social, la produzione e divulgazione di oltre 100 audiovisivi e materiali informativi, l'organizzazione di un concorso fotografico ed un denso presidio redazionale e Adv, SIC2SIC è riuscito a sfruttare il pianeta digitale per coinvolgere quasi 2 milioni di persone sul fondamentale tema della biodiversità, con la sua declinazione ambientale, economica e sociale. Entrando nel merito delle attività, ci sono almeno 6 punti nodali che consentono di inquadrare il lavoro fatto:

- La principale piattaforma su cui è stata costruita l'azione di comunicazione social è Facebook. Per completare la presenza social sono stati utilizzati anche i canali Instagram e Twitter
- Il portale web ha rappresentato un canale fondamentale per chi voleva approfondire il tema e conoscere ogni momento di SIC2SIC. La sua importanza è chiaramente rappresentata da alcuni numeri: 301 pagine sviluppate, 1.084 tra fotografie e grafiche
- La produzione di audiovisivi disponibili sul canale YouTube SIC2SIC è un elemento fondamentale della strategia storytelling. Eventi, tappe, incontri istituzionali, sono stati raccontati attraverso 113 video

- Sin dalla loro nascita i canali social sono stati presidiati su due livelli: quello redazionale attraverso una squadra di social journalist e quello pubblicitario attraverso una figura di advertiser. La combinazione di queste due dimensioni del presidio social è alla base dello straordinario successo di pubblico SIC2SIC
- Il Concorso Fotografico è stato una importante novità all'interno del piano di comunicazione. L'obiettivo era quello di allargare le opportunità di coinvolgimento ed interazione con il pubblico, sempre nell'alveo di una strategia content-storytelling. Ancora una volta sono i numeri a raccontare il successo di questa iniziativa: i fotografi che hanno partecipato sono stati 364 per un totale di 1.080 fotografie in concorso.

Ci sono 4 prodotti informativi che sono stati ideati e realizzati allo scopo di rendere disponibile al pubblico SIC2SIC una strumentazione utile a rafforzare la strategia di sviluppo sostenibile dei nostri territori. Con uno sguardo attento alle imprese è stato realizzata il "Vademecum accoglienza del turista bici-natura" e una "Raccolta di buone pratiche di green economy". Di maggior interesse per i policy maker è il vademecum "Ciclabilità nelle aree protette" e il Layman's report "Il progetto LIFE SIC2SIC: metodologia, attività e risultati".

L'intera collana dei quattro prodotti ha rappresentato un contributo content di straordinaria importanza al presidio new media.



## La conferenza finale.

L'evento finale SIC2SIC ha rappresentato un momento di straordinaria importanza di disseminazione di un modello di comunicazione su temi ambientali che pensiamo sia utile condividere e replicare. Per questo motivo, è stata fatta la scelta di organizzare una conferenza dove fossero protagonisti organismi e relatori che rappresentano riferimenti apicali per le politiche ambientali. In questa prospettiva, l'evento ha previsto due momenti: quello del racconto del progetto e dei suoi risultati attraverso gli interventi dei partner e quello

dell'approfondimento delle tematiche alla base di SIC2SIC (tutela della biodiversità, mobilità e sviluppo sostenibile, opportunità economiche della Rete Natura 2000) attraverso la presenza di importanti relatori che per funzione istituzionale e storia professionale hanno garantito uno straordinario contributo al dibattito sulle prospettive green del nostro sistema socio-economico. Ovviamente, causa pandemia, la conferenza, programmata per il 27 novembre 2020, è stata organizzata in modalità remota attraverso la piattaforma Zoom e una gestione streaming sulla pagina FB di progetto e il canale TV ISPRA.



## I risultati attraverso le cifre.

