



Piano di diffusione

INDICE DEI CONTENUTI

INDICE DEI CONTENUTI	2
PARTNER	6
1 OBIETTIVI E FINALITÀ	9
2 APPROCCIO	9
3 GRUPPI TARGET	10
3.1 GRUPPI TARGET	10
3.2 GRUPPI TARGET A LUNGO TERMINE	11
3.3 PUBBLICO GENERALE	11
3.4 RUBRICA CONTATTI	11
3.5 SERVIZIO STAMPA E UFFICIO COMUNICAZIONE	11
4 SCADENZE	12
5 SCHEDA DI DIFFUSIONE	13
6 ATTIVITÀ E RISULTATI	14
7 BILANCIO (COME NELLA PROPOSTA)	16
8 ATTIVITÀ E RISULTATI	17
8.1 BROCHURE V.I.R.T.U.A.L. - (COMPITO 5-4 - DEL 5.4)	17
8.1.1 <i>A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	17
8.1.2 <i>B) definizione dei formati da consegnare</i>	17
8.1.3 <i>C) progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	17
8.1.4 <i>D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output</i>	17
8.1.5 <i>E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	17
8.1.6 <i>F) diffusione operativa del deliverable</i>	17
8.1.7 <i>G) relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	18
8.1.8 <i>Disposizioni di bilancio e risorse</i>	18
8.2 FORMAZIONE V.I.R.T.U.A.L. - BROCHURE DI PROFILO (COMPITO 5-4)	19
8.2.1 <i>A) definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione</i>	19
8.2.2 <i>B) definizione del formato da consegnare</i>	19
8.2.3 <i>C) progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	19
8.2.4 <i>D) realizzazione/produzione dei deliverable/output</i>	19
8.2.5 <i>E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	19
8.2.6 <i>F) diffusione operativa del deliverable</i>	19
8.2.7 <i>G) relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	19
8.2.8 <i>Disposizioni di bilancio e risorse</i>	20

8.3	SCHEDA DI PRESENTAZIONE DEL PROGETTO V.I.R.T.U.A.L. (COMPITO 5.4)	21
8.3.1	A) <i>Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	21
8.3.2	B) <i>definizione dei formati di presentazione</i>	21
8.3.3	C) <i>progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	21
8.3.4	D) <i>realizzazione/produzione dei deliverable/output</i>	21
8.3.5	E) <i>identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	21
8.3.6	F) <i>diffusione operativa del deliverable</i>	21
8.3.7	G) <i>resoconto delle attività di promozione/diffusione</i>	21
8.3.8	<i>Disposizioni di bilancio e risorse</i>	21
8.4	POSTER V.I.R.T.U.A.L. (COMPITO 5.4)	23
8.4.1	A) <i>Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	23
8.4.2	B) <i>definizione dei formati da consegnare</i>	23
8.4.3	C) <i>progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	23
8.4.4	D) <i>realizzazione/produzione dei deliverable/output</i>	23
8.4.5	E) <i>identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	23
8.4.6	F) <i>diffusione operativa del prodotto</i>	23
8.4.7	G) <i>relazione sulle attività di promozione/divulgazione</i>	24
8.4.8	<i>Disposizioni di bilancio</i>	24
8.5	NEWSLETTER [COMPITO 5.4]	25
8.5.1	A) <i>Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	25
8.5.2	B) <i>definizione dei formati da consegnare</i>	25
8.5.3	C) <i>progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	25
8.5.4	D) <i>realizzazione/produzione dei deliverable/output</i>	25
8.5.5	E) <i>identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	25
8.5.6	F) <i>diffusione operativa del deliverable</i>	25
8.5.7	G) <i>relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	25
8.5.8	<i>Disposizioni di bilancio</i>	26
8.6	SITO WEB DEL PROGETTO [TASK 5.3 - DEL 5.3]	26
8.6.1	A) <i>Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	26
8.6.2	B) <i>definizione dei formati dei documenti da consegnare</i>	26
8.6.3	C) <i>progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	26
8.6.4	D) <i>realizzazione / produzione dei deliverable / output</i>	27
8.6.5	E) <i>identificazione dei mezzi di comunicazione idonei per la divulgazione</i>	27
8.6.6	F) <i>diffusione operativa del deliverable</i>	27
8.6.7	G) <i>relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	27
8.6.8	<i>Disposizioni di bilancio</i>	27
8.7	VIDEOCLIP [NESSUN DELIVERABLE SPECIFICO, MA CITATO NELLA DESCRIZIONE]	28
8.7.1	A) <i>definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione</i>	28
8.7.1.1	<i>interviste e presentazioni video</i>	28

8.7.1.2	video didattici.....	28
8.7.2	B) definizione dei formati dei deliverable.....	28
8.7.3	C) progettazione e sviluppo del layout grafico.....	28
8.7.4	D) realizzazione / produzione dei deliverable / output.....	28
8.7.4.1	video (formato elettronico).....	29
8.7.4.2	video (formato DVD).....	29
8.7.5	E) individuazione dei supporti idonei per la diffusione.....	29
8.7.6	F) diffusione operativa del deliverable.....	29
8.7.7	G) resoconto delle attività di promozione/diffusione.....	29
8.7.8	Disposizioni di bilancio.....	29
8.8	SOCIAL MEDIA E BLOG.....	31
8.8.1	A) definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.....	31
8.8.2	B) definizione dei formati del prodotto.....	31
8.8.3	C) progettazione e sviluppo del layout grafico.....	32
8.8.4	D) realizzazione/produzione dei deliverable/output.....	32
8.8.5	E) identificazione dei mezzi di comunicazione idonei per la divulgazione.....	32
8.8.6	F) diffusione operativa dei deliverable.....	32
8.8.7	G) relazione sulle attività di promozione/diffusione.....	32
8.8.8	Disposizioni di bilancio.....	32
8.9	WORKSHOP DI DIVULGAZIONE - INCONTRO PERSONALE DIRETTO [NESSUN RISULTATO SPECIFICO, MA DESCRITTO NELLA SEZIONE 3.2].....	33
8.9.1	A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.....	33
8.9.2	B) definizione dei formati dei prodotti da distribuire.....	33
8.9.3	C) progettazione e sviluppo del layout grafico.....	33
8.9.4	D) realizzazione/produzione dei deliverable/output.....	33
8.9.5	E) identificazione dei mezzi di comunicazione idonei per la divulgazione.....	33
8.9.6	F) diffusione operativa del deliverable.....	33
8.9.7	G) resoconto delle attività di promozione/diffusione.....	34
8.9.8	Disposizioni di bilancio.....	34
8.10	SEMINARIO FINALE [COMPITO 5.5].....	35
8.10.1	A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.....	35
8.10.2	B) definizione dei formati dei documenti da consegnare.....	35
8.10.3	C) progettazione e sviluppo del layout grafico.....	35
8.10.4	D) realizzazione/produzione dei deliverable/output.....	35
8.10.5	E) identificazione dei mezzi di comunicazione adatti alla diffusione.....	35
8.10.6	F) promozione e diffusione operativa del deliverable.....	36
8.10.7	G) relazione sulle attività di promozione/diffusione.....	36
8.10.8	Disposizioni di bilancio.....	36
8.11	COMUNICATI STAMPA (COMPITO 5.4).....	37
8.11.1	A) definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e divulgazione.....	37
8.11.2	B) definizione dei formati dei comunicati.....	37

8.11.3	<i>C) progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	37
8.11.4	<i>D) realizzazione/produzione dei deliverable/output</i>	37
8.11.5	<i>E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione</i>	37
8.11.6	<i>F) diffusione operativa del deliverable</i>	37
8.11.7	<i>G) relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	37
8.11.8	<i>Disposizioni di bilancio</i>	37
8.12	IDENTITÀ CORPORATIVA DEL PROGETTO - (COMPITO 5-4 - DEL 5.2)	39
8.12.1	<i>A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione.</i>	39
8.12.2	<i>B) definizione dei formati dei prodotti da distribuire</i>	39
8.12.3	<i>C) progettazione e sviluppo del layout grafico</i>	39
8.12.4	<i>D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output</i>	39
8.12.5	<i>E) identificazione dei mezzi di comunicazione adatti per la divulgazione</i>	39
8.12.6	<i>F) diffusione operativa dei risultati ottenuti</i>	39
8.12.7	<i>G) relazione sulle attività di promozione/diffusione</i>	39
8.12.8	<i>Disposizioni di bilancio e risorse</i>	39
9	RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E DIVULGAZIONE	40
9.1	SCHEDA DI DIFFUSIONE	41
10	NOMI UTENTE E PASSWORD	42
11	ALLEGATI	43
11.1	TESTO DELLA BROCHURE	44
11.2	LOGO DEL PROGETTO	45

PARTNER

TUCEP - Dal 2003 il TUCEP è un **ente di formazione e istruzione accreditato** dalla Regione Umbria per l'erogazione di attività di formazione superiore, formazione continua, IVET e CVET, comprese quelle erogate dal Fondo Sociale Europeo. Dal 2011 il TUCEP partecipa a progetti transnazionali, comprese le attività finanziate dai fondi dell'Unione Europea. In entrambi i settori il TUCEP ha esperienza e sta implementando attività e reti in diversi ambiti. Nel campo dell'istruzione e della formazione professionale, il TUCEP apporta la propria esperienza e il proprio valore aggiunto per sensibilizzare e contribuire allo sviluppo del capitale umano, attraverso l'aggiornamento e la riqualificazione dei dipendenti delle aziende europee (comprese le microimprese e le PMI), dei professionisti e dei fornitori di istruzione e formazione professionale su temi specifici.

ARTES - Artes srl è una società nata nel 2008. In questi anni ha sviluppato competenze per operare nei seguenti ambiti: servizi di ricerca socio-economica per la produzione di sviluppo territoriale e per indagini sui sistemi professionali; analisi del sistema delle professioni e delle competenze professionali, dei sistemi formativi e dell'istruzione, dei fabbisogni formativi e professionali per il settore pubblico e privato per la definizione di strategie e linee di intervento dell'istruzione professionale a supporto dello sviluppo territoriale e del mercato del lavoro; analisi e consulenza per l'organizzazione/riorganizzazione dei sistemi di istruzione professionale (a livello centrale e periferico); servizi relativi alla pianificazione, progettazione e realizzazione di tutte le fasi della filiera dell'istruzione professionale: analisi dei bisogni educativi e professionali, progettazione di massima e progettazione esecutiva dei corsi, monitoraggio dell'attività didattica, valutazione finale; organizzazione, monitoraggio e tutoraggio degli stage formativi; produzione e realizzazione di piani di marketing, piani di sviluppo, piani commerciali, comunicazione e promozione per enti pubblici e privati con una forte specializzazione nel settore turistico; analisi di fattibilità per la realizzazione di investimenti nel settore turistico (ospitalità e ristorazione).

Dal 2009 Artes è un ente accreditato per la formazione professionale nella Regione Umbria. Artes collabora con Sindacati e Associazioni imprenditoriali a livello nazionale e ha svolto importanti lavori di ricerca per Fondi Interprofessionali (FORTE, FONTER, ecc.), Enti Bilaterali (EBIT, EBIPRO) e Istituti di Ricerca Pubblici (INAPP). L'azienda ha due amministratori che sono anche il suo staff operativo, gestionale e di ricerca.

CEFE - L'organizzazione è stata costituita inizialmente dai formatori CEFE che si sono incontrati e hanno partecipato al CEFE Training of Trainers nel 1997 in Macedonia. La motivazione principale della formazione di questa associazione di cittadini era/è quella di promuovere la mentalità e lo spirito imprenditoriale. **Il CEFE Macedonia è stato ufficialmente istituito nel 2008 a Skopje**, in Macedonia, come organizzazione no-profit e apartitica. Missione: aumentare le competenze imprenditoriali degli attori economici della società. Visione: accrescere la cultura imprenditoriale e aumentare l'occupazione. Il CEFE Macedonia ha firmato un memorandum

d'intesa e di collaborazione con il CEFE International www.cefe.net e fa parte della rete globale CEFE presente in 100 Paesi.

UNIVERSITETI EUROPIAN I TIRANËS (ALBANIA) - L'Università Europea di Tirana è un'università e un centro di ricerca leader in Albania, fondata nel pieno rispetto dei criteri della Carta di Bologna, che comprende programmi di studio nei tre livelli: Laurea, Master e Dottorato. L'UET è impegnata in attività di insegnamento e ricerca di alta qualità, nonché in programmi di scambio e progetti di capacity building con partner locali e internazionali.

L'UET ha avuto accesso ad altri donatori internazionali e nazionali, in particolare per progetti relativi alle scienze sociali e politiche, come il **Fondo Visegrad "EU Policy Lesson Learned from Visegrad Countries"**. In linea con la sua strategia di internazionalizzazione, l'UET mette a disposizione dei suoi studenti e del suo personale le pratiche più aggiornate dell'UE e valorizza un approccio peer-to-peer, come il corso di formazione "National Conflict in the Balkans", condotto dagli studenti dell'Università Sorbona, in Francia, nell'ambito del progetto Broader Perspective. L'Università Europea di Tirana è particolarmente interessata all'internazionalizzazione dei suoi programmi di studio e cerca quindi di costruire partnership di successo con altre istituzioni nella regione, in Europa e ora anche negli Stati Uniti, in Australia e in Cina.

L'UET ha creato la rete Next Europe, che riunisce le principali università dei Balcani occidentali e i centri di ricerca europei (LSEE, UCL SSEES, EUI, CEU, Sciences Po ecc.) con competenze e interessi di ricerca in Albania e nell'Europa sudorientale.

Attualmente facciamo parte anche del GTFP-Global Teaching Fellowship Program con la CEU, un programma di scambio per neolaureati della CEU che possono insegnare all'UET per un anno. L'UET attribuisce grande importanza alla comunicazione strategica, alla visibilità delle azioni, alla diffusione delle informazioni, alla condivisione delle conoscenze e allo scambio di esperienze e know-how.

La UET fa parte della **Carta Europea dei Ricercatori** e ha iniziato a lavorare in questa direzione ricevendo la certificazione HR Excellence in Research della Commissione Europea (<http://uet.edu.al/images/pdf/UET-2018-projects.pdf>). Dal 2018 l'UET offre nuovi corsi di formazione professionale, pensati per rispondere alle esigenze del mercato del lavoro e dei futuri professionisti.

La UET promuove temi quali l'uguaglianza di genere e l'inclusione sociale, fornendo sostegno alle persone svantaggiate dal punto di vista socio-economico e incoraggiando la partecipazione attiva delle persone con disabilità nella comunità.

Nei suoi precedenti progetti, la UET ha fornito diversi servizi, tra cui programmi di formazione/coaching/mentoring, organizzazione di conferenze ed eventi simili, moduli di formazione professionale, servizi di ricerca e di pubblicazione (manuali, prontuari, relazioni, recensioni, ecc.), incubatore di imprenditorialità e programmi, ecc.

L'UET sta attualmente implementando il **progetto VTECH**, nell'ambito del quale è stato creato un **laboratorio di Realtà Virtuale e Realtà Aumentata**. Questo progetto è complementare a VTECH, in quanto mette al centro i programmi di formazione professionale. Il partner ha

partecipato a studi e ricerche settoriali come "**Innovative Approach for Tourism Enterprise in Albania**".

L'UBT (KOSOVO) ha istituito il Centro di competenza per l'ospitalità e il turismo (CoE H&T) al fine di costruire capacità e aumentare l'occupazione della forza lavoro nel settore privato, con particolare attenzione ai giovani e al genere, per colmare il divario nella mancanza di personale qualificato nel settore dell'ospitalità e del turismo.

Questa è stata un'ambizione dell'UBT da quando, nel febbraio 2013, ha ingaggiato per la prima volta gli esperti senior del PUM Olanda per realizzare uno studio di fattibilità sul potenziale di un centro di questo tipo in Kosovo ed è stata identificata la necessità di un maggior numero di professionisti qualificati nel settore H&T. A tal fine, l'UBT sta creando e ospiterà la **Scuola alberghiera CoE H&T presso l'Innovation Campus di Lipjan**, con strutture per accogliere gli ospiti (camere d'albergo), ristoranti per gli ospiti e il personale, nonché per gli studenti (due ristoranti), un'area di accoglienza per il front office e il back office e un'area benessere con piscina coperta.

L'impegno dell'industria, delle attuali aziende dell'ospitalità, è essenziale e a tal fine la Scuola alberghiera del CoE H&T ha istituito una task force con rappresentanti dell'industria per garantire la partecipazione attiva del settore. Questo concetto va oltre i modelli di formazione per l'ospitalità e il turismo già esistenti e applicati in Kosovo. La CoE H&T Hotel School si propone di essere un modello di riferimento per la formazione in materia di H&T non solo in Kosovo, ma nell'intera regione. La Scuola alberghiera CoE H&T fornirà certificati e diplomi di competenza, oltre a corsi (brevi) orientati alla domanda. Verrà sviluppato un sistema di riconoscimento dell'apprendimento precedente (RPL o APL) per facilitare programmi di competenza su misura per coloro che hanno un'esperienza lavorativa specifica ma non hanno una certificazione formale (non qualificati). Tutte le capacità saranno sviluppate sulla base degli standard internazionali applicati dai fornitori di servizi alberghieri internazionali di alto livello e richiesti dalle aziende internazionali e, soprattutto, dagli ospiti internazionali.

COLLEGIO PROFESSIONALE DI TIRANA (AL) - Il Tirana Vocational College è stato istituito nel 2015 come innovazione speciale nel campo dell'istruzione superiore. Il Tirana Vocational College offre programmi di studio professionali superiori, a tempo pieno, accreditati, della durata di 2 anni e con 120 crediti. Le professioni che hanno il più alto tasso di occupazione sono quelle che il CPT offre agli studenti: diversi anni sul mercato, accreditamento internazionale, centinaia di laureati, alto tasso di occupazione, il miglior personale, metodi di insegnamento moderni combinati con la pratica, vincitori in diversi progetti internazionali. Il CPT è accreditato come istituto di istruzione superiore dall'ASCAL in collaborazione con l'Agenzia per l'assicurazione della qualità dell'istruzione superiore del Regno Unito. Comprende il **DIPARTIMENTO DI TECNOLOGIA DELL'INFORMAZIONE: Tecnologia dell'informazione e della comunicazione / Elettronica / Database e WebDesign**

1 OBIETTIVI E FINALITÀ

Il piano di divulgazione è una parte importante e integrante del progetto. Gli obiettivi principali del Piano di diffusione V.I.R.T.U.A.L. sono:

- stabilire una visione comune e attribuire un'identità specifica al progetto, rendendo percepibili le sue attività;
 - raggiungere e coinvolgere attivamente nelle attività del progetto i gruppi target, gli stakeholder e il pubblico in generale;
 - promuovere efficacemente gli scopi e gli obiettivi del progetto;
 - assicurare il miglior impatto alle attività del progetto, moltiplicandone gli effetti e i risultati.
- Tutti i partner sono impegnati sia nella pianificazione che nella realizzazione delle attività.

I principali obiettivi specifici del Piano di Promozione e Diffusione V.I.R.T.U.A.L. sono:

- diffondere al più ampio pubblico possibile le opere collettive polivocali commissionate, che sono uno dei risultati più importanti del progetto;
- promuovere il networking e lo scambio di esperienze tra drammaturghi, attori e artisti che lavorano nel settore teatrale;
- assicurare un'ampia partecipazione al concorso per giovani drammaturghi promosso da
- raggiungere e coinvolgere le diverse tipologie di gruppi target, in particolare il pubblico, nelle attività creative e culturali del progetto, raggiungendo gli obiettivi qualitativi e quantitativi definiti nella proposta;
- assicurare la partecipazione dei rappresentanti delle istituzioni e degli stakeholder ai focus group, agli incontri e ai workshop.
- organizzare workshop partecipati, incontri formativi, mostre di lavoro, focus group, valorizzando lo scambio di esperienze esemplari e il trasferimento di buone pratiche;
- organizzare una conferenza finale ben partecipata;
- sviluppare un'efficace attività on-line attraverso il sito web del progetto e altri strumenti on-line (YouTube, sito web) e social network (Facebook, ecc.);

2 APPROCCIO

Per rafforzare l'attrattiva, un sistema di divulgazione deve essere orientato alle esigenze dell'utente, incorporando i tipi e i livelli di informazione necessari nei metodi e nelle lingue preferite dall'utente. Il motivo per cui la divulgazione è così importante è che crea consapevolezza sul progetto, in modo che possa avere successo ed essere sostenibile.

Le attività di divulgazione devono essere

- **orientate all'utente**, incorporando i tipi e i livelli di informazione necessari nelle forme e nei linguaggi preferiti dagli utenti;
- **pianificate**, con un piano di lavoro chiaro e specifico;
- **misurabili**, con meccanismi efficaci di controllo della qualità per garantire che le informazioni siano accurate, pertinenti e rappresentative, e diffuse in modo efficace;

- **strutturato**, con una chiara definizione di contenuti, strumenti e attività (ad esempio: testo dell'opuscolo, layout dell'opuscolo, numero di copie, metodo di distribuzione e programmazione).

3 GRUPPO TARGET S

I gruppi target di diffusione sono: a) i gruppi target a breve termine del progetto, come definiti nella proposta; b) i gruppi target a lungo termine; c) il pubblico in generale.

I gruppi target di diffusione devono essere raggiunti e coinvolti nelle attività del progetto come previsto, sviluppando azioni appropriate e utilizzando gli strumenti e i mezzi forniti.

3.1 Gruppi target

I gruppi target, direttamente e indirettamente coinvolti nel progetto VIRTUAL, sono i seguenti:

1. Pubblico specializzato: questo pubblico è composto da persone direttamente interessate dagli esiti e dai risultati del progetto nel loro lavoro, studio, ricerca, ecc. Questo pubblico può essere ulteriormente suddiviso in diverse categorie:

1.1 Studenti/futuri studenti IFP

1.2 Insegnanti di IFP

1.3 Istituzioni di IFP

1.4 Comunità di ricerca, che può trarre dal progetto V.I.R.TU.AL. insegnamenti e risultati in aree di ricerca simili o complementari.

1.5 Decisori: sono responsabili della pianificazione e dell'amministrazione dell'istruzione e della formazione professionale. Questa categoria comprende: Ministeri dell'Istruzione nazionali e regionali; Agenzie educative; Organi amministrativi federali e locali.

1.6 Imprese e associazioni di imprese (associazioni di datori di lavoro ma anche consorzi di imprese).

2. Pubblico generale: questo gruppo comprende persone/gruppi interessati all'argomento in generale. Il pubblico con questo livello di interesse riconosce l'importanza degli argomenti trattati nel progetto e i benefici che possono derivare dalle attività del progetto, anche se non è principalmente coinvolto in attività di formazione professionale legate all'argomento. Questo pubblico cerca informazioni chiare, utili e non tecniche: il sito web del progetto e le brochure sono di solito la principale fonte di informazioni per questo pubblico.

Indicatore KPI: numero previsto di unità di Gruppi target raggiunti e coinvolti nelle attività del progetto (fornitura) - misure interne

Partner	TG 1.1	TG 1.2	TG 1.3	TG 1.4	TG 1.5	TG 1.5
TUCEP						
ARTES						
CEFE						
PC TIRANA						
UE UNIV.						
UBT						

Per la relazione: a) numero dichiarato, b) numero con prove indirette (immagini, ecc.), c) numero con prove dirette (fogli di presenza o documenti simili).

Partner	TG 1.1			TG 1.2			TG 1.3			TG 1.4			TG 1.5			TG 1.5		
	a	b	a	B	c	c	a	b	a	a	b	a	a	b	a	a	b	a
TUCEP																		
ARTES																		
CEFE																		
PC TIRANA																		
UNIVERSITÀ UE																		
UBT																		

3.2 Gruppi target a lungo termine

La categoria principale dei gruppi target a lungo termine è, per quanto riguarda le tipologie, simile a quella dei gruppi a breve termine. La differenza è legata alla loro posizione geografica (regioni o Paesi diversi da quelli dei partner).

Altre categorie di gruppi target a lungo termine sono definite dal partenariato durante il progetto. I gruppi target vengono raggiunti, dopo la fine del progetto, nell'ambito delle attività istituzionali promosse dai partner.

3.3 Pubblico generale

Considerando i valori dei contenuti e delle attività di **V.I.R.T.U.A.L.**, le attività di promozione e disseminazione si preoccupano di assicurare la più ampia diffusione delle informazioni sul progetto. Il partenariato dispone di una rete di contatti molto ampia che può raggiungere e informare un certo numero di discenti, formatori, centri educativi.

3.4 Elenco dei contatti

I partner compilano un modulo di directory raccogliendo dati e informazioni sui gruppi target da contattare/contattati, specificando gli ambiti di coinvolgimento. Il modello, in formato xls, è fornito con il Management Toolkit.

3.5 Servizio stampa e Ufficio comunicazione

O.T.A.

4 SCADENZE

Ogni scadenza è importante perché permette di monitorare e controllare analiticamente la progressione delle attività di promozione e disseminazione, dando la possibilità, se necessario, di cambiare approccio, strumento, tool.

Consegna / Output	Scadenza prevista	note
Opuscolo V.I.R.T.U.A.L. s - (compito 5-4 - DEL 5.4)	30/06/2023	
Formazione V.I.R.T.U.A.L. - brochure di profilo (compito 5-4)	30/11/2023	
Scheda di presentazione del progetto V.I.R.T.U.A.L. (compito 5.4)	30/06/2023	
V.I.R.T.U.A.L. POSTER (compito 5.4)	31/10/2023	
Newsletter [Task 5.4]	31/10/2023	primo numero
Sito web del progetto [TASK 5.3 - DEL 5.3]	15/06/2023	
Video clip [nessun deliverable specifico, ma menzionato nella descrizione]	31/10/2023	Prima serie di 4 clip
SOCIAL MEDIA E BLOG	31/05/2023	Apertura del profilo Facebook e di una serie di 4 post
Workshop di disseminazione - Incontro personale diretto [nessun deliverable specifico, ma descritto nella sezione 3.2].	31/10/2023	Primo rapporto DPM
Seminario finale [compito 5.5]	30/11/2024	
Stampa su locazioni (compito 5.4)	31/12/2023	Prima serie di 4 articoli
PROGETTO IDENTITÀ AZIENDALE - (compito 5-4 - DEL 5.2)	31/05/2023	

5 SCHEDA DI DIFFUSIONE

Vedi file excel allegato

6 ATTIVITÀ E RISULTATI

Il piano di promozione e diffusione del V.I.R.T.U.A.L. si sviluppa attraverso la realizzazione operativa e la diffusione di un insieme di deliverable.

Ai fini del Piano di promozione e divulgazione, i deliverable sono

- tutti i risultati relativi alle attività di promozione e divulgazione descritti nella proposta;
- altri risultati non esplicitamente previsti nella proposta ma che il partenariato ha deciso di utilizzare.

L'attività operativa relativa a ciascun deliverable di promozione e disseminazione può essere articolata nelle seguenti fasi:

- definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e divulgazione
- definizione dello strumento / tool / format di comunicazione
- progettazione e sviluppo del layout grafico
- realizzazione / produzione dei deliverable / output
- identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione
- diffusione operativa del prodotto
- resoconto delle attività di promozione/diffusione.

Sulla base dell'identificazione dei soggetti interessati e delle loro esigenze, sono stati selezionati diversi prodotti di divulgazione da utilizzare per la diffusione del progetto. Il progetto V.I.R.T.U.A.L. intende utilizzare sia mezzi di divulgazione tradizionali, come conferenze e documenti, compresi quelli online, sia nuovi mezzi di comunicazione (ad esempio i social media).

I prodotti di divulgazione saranno preparati e distribuiti in varie forme (ad esempio, brochure, presentazioni, video, ecc.).

Si cercherà di presentare tutti questi prodotti in formati alternativi, assicurando che i diversi pubblici possano accedervi nel formato più adatto. La distribuzione avverrà con diversi strumenti, ma in modo più efficace in occasione di presentazioni e forum organizzati.

Altri canali di distribuzione includono le banche dati esistenti e le piattaforme online dedicate all'istruzione e alla formazione professionale (questo canale sarà utilizzato per diffondere a un pubblico specializzato, per dare risultati più visibili che confermino l'interesse per gli insegnanti dell'istruzione e della formazione professionale).

Strumenti di diffusione e comunicazione:

- **Il sito web** contiene tutte le informazioni importanti sul progetto Piano di divulgazione e sfruttamento: Descrizione del progetto, Consorzio, Eventi, Moduli, Risultati, Informazioni utili.
- **Prodotti pubblici:** I risultati del progetto **V.I.R.T.U.A.L.** saranno pubblicati sul sito web del progetto e disponibili per il download. In questo modo tutti i soggetti interessati saranno informati sui risultati raggiunti dal progetto. I partner sono tenuti a comunicare al coordinatore del progetto e al responsabile del WP di disseminazione la pubblicazione dei risultati sul sito web.

- **Volantini/Brochure:** Per informare un'ampia gamma di pubblico sul progetto V.I.R.TU.AL e migliorarne la visibilità, saranno preparati diversi materiali di divulgazione. I materiali di diffusione conterranno il logo V.I.R.TU.AL., una breve descrizione del progetto e l'elenco dei partner.

Tutti questi materiali di divulgazione saranno pubblicati sul sito web e saranno disponibili per il download. Saranno inoltre distribuiti agli eventi a cui parteciperanno i partner per aumentare la visibilità del progetto ed estendere la nostra rete e i nostri contatti.

- **Video:** I video - registrazioni dei materiali didattici realizzati (come una sorta di demo) saranno caricati sul **sito web del progetto** e sui **social media**. Si tratta di un nuovo ma potente mezzo di diffusione dei risultati del progetto, in particolare per raggiungere un pubblico specifico (come i sindacati e la più ampia comunità di ricerca).

- **Presentazione del progetto a eventi esterni:** I partner che partecipano ad altri eventi rilevanti per il progetto possono approfittare dell'occasione per presentare il progetto, i risultati, promuovere il progetto, aumentarne la visibilità e stabilire nuovi contatti.

Conferenze, workshop, forum sul turismo possono essere un'ottima piattaforma per diffondere i nostri risultati e avviare conversazioni dirette con il pubblico. Alcuni dei partner del consorzio sono molto attivi nelle loro comunità di ricerca e imprenditoriali e organizzano conferenze molto frequentate.

- **Social media e blog:** Il progetto attiverà anche canali sociali per promuovere i risultati del progetto e favorire la creazione di una comunità collaborativa bidirezionale di stakeholder interessati.

- **Incontri personali diretti:** colloqui diretti con una serie di comunità interessate, enti educativi, altri progetti nel settore e altre organizzazioni.

- Se possibile (è necessario verificare se) la partecipazione alla conferenza annuale sulla fornitura nella Settimana delle competenze VET.

Tutto il materiale divulgativo deve includere l'emblema dell'UE e la seguente clausola di esclusione della responsabilità: "Il sostegno della Commissione europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un'approvazione dei contenuti, che riflettono esclusivamente le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni in essa contenute".

7 BILANCIO (come nella proposta)

Bilancio stimato - Risorse *(n/a per le sovvenzioni forfettarie)*

Partecipante	Costi												
	A. Personale	B. Subappalto	C.1a Viaggi			C.1b Alloggio	C.1c Sussistenza	C.2 Attrezzature	C.3 Altri beni, opere e servizi	D.1 Sostegno finanziario a terzi		E. Costi indiretti	Totale costi
TUCEP													
ARTES													
CEFE													
PC TIRANA													
UNIVERSITÀ UE													
UBT													
Totale													

Per alcune sovvenzioni forfettarie, si veda la tabella/calcolatore di bilancio dettagliato (allegato 1 alla parte B; si veda la [documentazione di riferimento del portale](#)).

8 ATTIVITÀ E RISULTATI

8.1 Opuscolo V.I.R.T.U.A.L. s - (compito 5-4 - DEL 5.4)

8.1.1 A) definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

È prevista (Task 5.4 - Deliverable n.5.4) la realizzazione di una brochure/volantino del progetto. Lo scopo della brochure è quello di comunicare efficacemente obiettivi e contenuti di base del progetto V.I.R.T.U.A.L.. Il testo descrive brevemente il contesto del progetto, gli obiettivi e le attività principali.

8.1.2 B) Definizione dei formati del deliverable

Si prevede di realizzare la brochure come opuscolo a tre facciate, per ogni Partner nella lingua nazionale.

8.1.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

La grafica e il layout sono progettati e proposti dal **TUCEP**.

8.1.4 D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output

L'opuscolo del progetto contiene informazioni generali sul progetto, le attività, gli obiettivi, i risultati e i partner. Saranno inclusi i dettagli di contatto, il sito web e le opportunità di ulteriori informazioni. L'opuscolo del progetto includerà informazioni generali sul progetto, le attività, gli obiettivi, i risultati e i partner. Saranno inclusi i dettagli di contatto, il sito web e le opportunità di ulteriori informazioni. Elettronica, IT, lingue dei partner.

NB: I partner si impegnano a diffondere e distribuire opuscoli sia fisicamente che elettronicamente per raggiungere e sensibilizzare il maggior numero possibile di gruppi target. A titolo indicativo, si stima che circa 1000 persone per Paese coinvolto saranno raggiunte direttamente e indirettamente attraverso attività che possono essere documentate con prove e stime affidabili.

8.1.5 E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione

- a) **invio diretto via e-mail** e caricamento sul **sito web del progetto**.
 - b) **distribuzione a mano, affissione presso le sedi dei partner** e in **luoghi pubblici**.
- Può essere incluso nella cartella stampa e in altri prodotti promozionali e divulgativi simili.

8.1.6 F) Diffusione operativa del documento

La versione elettronica sarà diffusa tramite invio diretto di e-mail da parte di ciascun partner sulla base della propria banca dati di contatti. La versione cartacea sarà diffusa durante tutte le attività del progetto: a) in occasione di workshop e seminari, b) consegnando copie direttamente agli stakeholder, c) esponendo la versione stampata in aree pubbliche, in particolare quelle frequentate dai gruppi target e dagli stakeholder.

8.1.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione.

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico della relazione sullo stato di avanzamento e finale e la relazione sulla diffusione.

8.1.8 Disposizioni di bilancio e risorse

PARTNER	responsabilità del compito	Budget per l'attività	note
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.2 Formazione V.I.R.T.U.A.L. - brochure di profilo (compito 5-4)

8.2.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della disseminazione

Progettazione e creazione di una brochure del progetto per **ogni nuovo profilo e programma di formazione** (lingue EN e dei partner).

8.2.2 B) Definizione del formato del documento da consegnare

Si prevede di realizzare la brochure come opuscolo a tre facciate, in formato A4, in ciascuna lingua nazionale dei partner.

8.2.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

La grafica e il layout sono progettati e proposti dal **TUCEP**. L'attività comprende anche il logo in diverse versioni e font adeguati.

8.2.4 D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output

Informazioni sui profili, sui contenuti e sulle attività formative, sulle metodologie didattiche.

NB: I partner si impegnano a diffondere e distribuire brochure sia fisicamente che elettronicamente al fine di raggiungere e sensibilizzare il maggior numero possibile di gruppi target sulle attività formative e sui curricula. A titolo indicativo, si stima che circa 1000 persone per Paese coinvolto saranno raggiunte direttamente e indirettamente attraverso attività che possono essere documentate con prove e stime affidabili.

8.2.5 E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione

a) **invio diretto via e-mail** e caricamento sul **sito web del progetto**

b) **distribuzione a mano, affissione presso le sedi dei partner** e in **luoghi pubblici**.

Può essere incluso nella cartella stampa e nel materiale promozionale-divulgativo.

8.2.6 F) Diffusione operativa del deliverable

La versione elettronica sarà diffusa tramite invio diretto di e-mail da parte di ciascun partner sulla base della propria banca dati di contatti. La versione cartacea sarà diffusa durante tutte le attività del progetto: a) in occasione di workshop e seminari, b) consegnando copie direttamente agli stakeholder, c) esponendo la versione stampata in aree pubbliche, in particolare quelle frequentate dai gruppi target e dagli stakeholder.

8.2.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione.

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, **fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico della relazione finale e di avanzamento.**

8.2.8 Disposizioni di bilancio e risorse

PARTNER	responsabilità del compito	Budget per l'attività	note
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.3 Scheda di presentazione del progetto V.I.R.T.U.A.L. (compito 5.4)

Breve descrizione del progetto, con informazioni sui referenti dei partner.

8.3.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto del progetto di promozione e divulgazione.

Una prima bozza viene preparata dal Richiedente e rivista con i partner. Il testo e la struttura possono essere modificati e integrati in base all'andamento delle attività del progetto. Ogni partner prepara una versione nella lingua nazionale. Il testo può essere personalizzato con riferimento alle attività nazionali.

8.3.2 B) Definizione dei formati dei documenti da consegnare

Formati **elettronici e cartacei**

8.3.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

Utilizzo dei loghi dell'UE, del progetto e dei partner. Non è previsto un layout grafico specifico, ma un modello specifico. Deve essere stampabile in un formato A4 di 2 pagine.

8.3.4 D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output

La versione di bozza è disponibile nella cartella dei partner. I partner possono personalizzarla in relazione alle specifiche attività nazionali. Il formato elettronico per la diffusione è il pdf. A titolo puramente indicativo: il formato cartaceo è la fotocopia a colori fronte e retro, ogni partner stampa copie per conto proprio secondo le necessità.

8.3.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione idonei per la diffusione

- a) invio diretto via e-mail e caricamento sul sito web del progetto.
- b) distribuzione a mano

8.3.6 F) diffusione operativa del documento

La versione elettronica viene diffusa tramite e-mail diretta da ciascun partner utilizzando la propria **banca dati di contatti**.

La versione cartacea viene diffusa durante tutte le attività del progetto: a) in occasione di workshop e seminari, b) consegnando copie direttamente agli stakeholder, c) esponendo la versione stampata in aree pubbliche, in particolare quelle frequentate dai gruppi target e dagli stakeholder.

8.3.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico della relazione finale e di avanzamento.

8.3.8 Disposizioni di bilancio e risorse

PARTNER	responsabilità del compito	Budget per l'attività	note
ARTES			

CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.4 V.I.R.T.U.A.L. POSTER (compito 5.4)

È prevista la realizzazione di **poster tematici**¹ sulle attività, i prodotti e i risultati del progetto. I poster vengono realizzati progressivamente con lo sviluppo del progetto. A titolo di esempio: Poster informativo generale n. 01 - descrizione generale delle finalità del progetto, degli obiettivi, dei partenariati

8.4.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

Per ogni poster un testo di marketing conciso ed efficace che descriva le attività e gli obiettivi. Eventuali descrizioni più dettagliate possono essere incluse nel layout del poster. Ogni partner prepara una versione nella lingua nazionale.

8.4.2 B) Definizione dei formati di consegna

È prevista la realizzazione di poster in formato elettronico, in formato cartaceo (**poster**) e in formato **roll up**.

Per quanto riguarda i **roll up**, il formato standard suggerito è quello dell'immagine.



8.4.3 C) Progettazione e sviluppo del layout grafico

La grafica e il layout sono proposti dal TUCEP

8.4.4 D) Realizzazione / produzione dei risultati / output

I poster sono disponibili in formato elettronico (pdf), in una versione di buona qualità ma non pesante per la diffusione elettronica. Nella proposta è prevista la realizzazione di

- a) **roll up per ogni poster** in ogni Paese partner
- b) **500 copie in formato cartaceo** per ogni poster in ogni Paese partner. Non ci sono indicazioni sulle dimensioni.

8.4.5 E) Individuazione dei mezzi di diffusione più idonei

Diffusione elettronica, distribuzione a mano e affissione fisica.

8.4.6 F) diffusione operativa del prodotto

La **versione elettronica** dei poster viene diffusa attraverso l'invio diretto di e-mail e viene caricata sul sito web del progetto.

Per la **versione cartacea** è prevista la distribuzione a mano, l'affissione presso le sedi dei partner e in luoghi pubblici (chiedendo preventivamente l'autorizzazione).

¹ Nella proposta c'è un'incongruenza tra le figure nella descrizione e i tipi di poster descritti.

Per i **roll up**, affissione in aree idonee, in particolare quelle frequentate dai gruppi target e dagli stakeholder, in occasione di workshop e incontri. Copia dei poster può essere inclusa nella cartella stampa (elettronica) e in altri prodotti promozionali e divulgativi simili.

8.4.7 G) resoconto delle attività di promozione/divulgazione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico della relazione finale e di avanzamento.

8.4.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.5 Newsletter [Task 5.4]

Viene realizzata una **newsletter trimestrale** per fornire informazioni sull'andamento delle attività del progetto. *Tutte le lingue dei partner, 2 per anno*

8.5.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

I numeri conterranno (n. 1) breve presentazione del progetto, (n.1 e n. 2) informazioni sugli sviluppi delle attività, (n. 3) informazioni sui risultati, (n. 1,2,3) discussioni e focus tematici, (n.1,2,3) interventi di esperti, (n. 1,2,3) notizie su eventi e tappe del progetto.

8.5.2 B) Definizione dei formati dei deliverable

La newsletter è progettata e sviluppata come **newsletter via e-mail**, quindi in formato elettronico, utilizzando il programma adatto (publisher o altri programmi).

Il file può anche essere stampato in un numero di copie pari a quello necessario a fini divulgativi, che possono essere distribuite ai seminari/conferenze, nonché per le attività successive e di follow-up che i partner coinvolti devono svolgere (materiale divulgativo per i principali stakeholder del partenariato, stakeholder dell'UE).

8.5.3 C) Progettazione e sviluppo del lay out grafico

Il layout e la grafica sono sviluppati dal TUCEP.

Il logo dell'UE, il logo del progetto e il logo dei partner devono essere adeguatamente inseriti nel lay out.

8.5.4 D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output

Ogni partner fornisce per ogni edizione della newsletter almeno un articolo sulle attività del progetto.

La copia master della newsletter è realizzata in inglese dal WP DISS Leader, che prepara anche il template.

Ogni partner si occupa di tradurre gli articoli e i testi nella lingua nazionale e di adattare il modello.

8.5.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione più idonei per la divulgazione

Le newsletter vengono diffuse via **e-mail** da ciascun partner utilizzando la propria banca dati e l'elenco dei contatti del progetto.

8.5.6 F) diffusione operativa del prodotto

Trimestrale, a partire dal primo numero, come previsto dal piano di lavoro del progetto.

8.5.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico del rapporto finale e di avanzamento (elenco dei contatti, feed-back, ecc.).

8.5.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.6 Sito web del progetto [TASK 5.3 - DEL 5.3]

L'area web è progettata secondo un approccio amichevole come un sistema integrato, con contenuti flessibili, dinamici e personalizzabili relativi alle attività del progetto.

Al fine di promuovere e anche di avere consigli sulle impostazioni, lo schema dell'area web può essere sottoposto a gruppi campione di stakeholder (scuole, agenzie di formazione, associazioni e istituzioni).

Il sito web di ONSCENE è accessibile sia ai partner e alle organizzazioni che alle istituzioni e ai privati cittadini. Contribuisce alla visibilità del progetto e consente la condivisione immediata dei principali risultati del progetto tra i partner, gli stakeholder e i cittadini.

8.6.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto di promozione e divulgazione

L'area web di V.I.R.T.U.A.L. è strutturata in un vero e proprio sito web con un proprio dominio. Contiene link visibili a: a) una pagina utente di youtube V.I.R.T.U.A.L. dove vengono caricati i video del progetto b) eventuali pagine del progetto sui social network. Il sito web è multilingue.

I partner prendono in considerazione in particolare:

Facebook

LinkedIn

8.6.2 B) Definizione dei formati di consegna

Strumento elettronico

8.6.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

Il layout grafico e l'architettura del sistema sono progettati e implementati da DIMITRA, che sviluppa una "versione beta". Tutti i partner partecipano alla finalizzazione del sito web.

8.6.4 D) Realizzazione / produzione dei prodotti / output

L'infrastruttura è realizzata e gestita dal partner responsabile.

I contenuti e i materiali del sito web sono forniti da ciascun partner, avendo cura di preparare per loro, quando necessario e possibile, anche una versione in inglese o una breve presentazione.

I contenuti e i documenti sono aggiornati regolarmente e periodicamente

8.6.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione più idonei per la divulgazione

Il partenariato si occupa di **indicizzare** efficacemente il sito web del progetto e i documenti e i materiali online del progetto.

Il sito web viene promosso e diffuso anche **attraverso l'invio di e-mail** (link all'URL) e altri mezzi di comunicazione utilizzati per la promozione e la diffusione del progetto.

8.6.6 F) Diffusione operativa dei risultati

Tutti i partner collaborano a

- promuovere l'indicizzazione del sito web del progetto
- aggiornare i contenuti del sito web e i documenti caricati (mensilmente)
- promuovere e diffondere il link del sito web tramite e-mail.

8.6.7 G) rendicontazione delle attività di promozione/divulgazione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, **in particolare attraverso strumenti di web analytics e di reporting**, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente almeno il modulo specifico del rapporto di avanzamento e del rapporto finale.

8.6.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.7 Video clip [nessun deliverable specifico, ma menzionato nella descrizione]

Durante lo sviluppo del progetto, i partner **possono registrare le attività** che possono essere finalizzate a un **dossier video**. Tutti i partner collaborano alle riprese delle attività del progetto. I principali contenuti video sono:

1. una descrizione generale del progetto con una breve presentazione delle organizzazioni partner
2. una descrizione delle attività con interviste e testimonianze di studiosi, formatori, studenti, esperti nel campo della scenografia e della scenotecnica; riprese della conferenza finale, se possibile; riprese di focus group.

I video dovranno essere in inglese / sottotitolati nelle lingue nazionali o in lingue nazionali / sottotitolati in inglese.

8.7.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della disseminazione

I testi e i messaggi sono sviluppati da ciascun partner seguendo le indicazioni contenute nei presenti documenti e/o altre specifiche che saranno definite congiuntamente con gli altri partner.

8.7.1.1 interviste e presentazioni video

Ogni partner fornisce a) un video di presentazione della propria istituzione in relazione al progetto (max 3 minuti) b) almeno tre brevi interviste a gruppi target e stakeholder (max 3 minuti).

8.7.1.2 video didattico

Può essere prodotto un dossier video, strutturato come video fiction. La docufiction educativa può essere strutturata in capitoli. Ogni partner si occupa di un capitolo.

Le riprese riguardano le attività del progetto e sono girate e montate secondo uno storyboard concordato dal leader del partenariato, che si occupa di scrivere la sceneggiatura. I partner aggiungono ulteriori dettagli scrivendo la loro specifica sceneggiatura/storyboard nazionale.

8.7.2 B) Definizione dei formati dei deliverable

I video sono realizzati in formato elettronico (per la promozione e la diffusione online) e raccolti in chiavi USB o dischi DVD.

8.7.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

La progettazione e il layout grafico riguardano:

- a) layout dei video (posizione dei loghi, barre con i nomi delle persone intervistate, ecc.)
- b) layout grafico del DVD (inlay e copertina del DVD)
- c) sviluppo di una pagina di progetto su YouTube e layout grafico della pagina YouTube.

I partner si occupano di questi aspetti.

8.7.4 D) Realizzazione / produzione dei prodotti / outputs

La produzione riguarda

- riprese / filmati (tutti i Partner)
- montaggio (TUCEP, con la collaborazione dei Partner per le traduzioni necessarie)
- duplicazione delle copie (da definire)

8.7.4.1 video (formato elettronico)

Ogni partner nazionale si occupa di filmare le attività del progetto secondo la prescrizione del copione. Le riprese vengono inviate al WP leader per il montaggio e la realizzazione del dossier video. **Il WP Leader prepara una scheda con i requisiti tecnici delle riprese e i requisiti minimi di qualità.**

Ogni partner può inviare il video in uno dei seguenti formati: mp4, mov, Avi o mpeg. I partner possono anche condividere i video e le clip che hanno caricato nei canali media istituzionali.

Ogni partner utilizza le lingue nazionali fornendo il testo per i sottotitoli e l'eventuale doppiaggio in inglese.

8.7.4.2 video (formato DVD)

Il TUCEP si occupa della produzione di dischi DVD/chiave USB.

8.7.5 E) Individuazione dei supporti adatti per la diffusione

In primo luogo, i video sono disponibili on line, su YouTube. Il partner può chiedere di operare nella pagina di YouTube. **Il TUCEP** ha il compito di controllare e organizzare il materiale caricato su YouTube.

8.7.6 F) Diffusione operativa del prodotto

I partner inviano i video al gestore della pagina utente di YouTube che si occupa di caricare i video su YouTube. Ogni partner si occupa di inviare il **link URL dei video** ai gruppi target nazionali e agli stakeholder.

8.7.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, **in particolare attraverso YouTube**, fornendo tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente il modulo specifico del rapporto finale e di avanzamento.

8.7.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			

EUT			
UBT			

8.8 SOCIAL MEDIA E BLOG

Il progetto attiverà anche i canali social per promuovere i risultati del progetto e favorire la creazione di una comunità collaborativa bidirezionale di stakeholder interessati.

8.8.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della disseminazione

Il partenariato sviluppa una pagina Facebook specifica per il progetto VIRTUAL e si assicura che la pagina includa tutte le informazioni rilevanti, come il nome, la missione e gli obiettivi del progetto. Come criteri generali, tutti i Partner si impegnano a:

- Pubblicare regolarmente aggiornamenti sul progetto, come ad esempio notizie sui traguardi raggiunti o sui prossimi eventi legati al progetto.
- Utilizzare immagini coinvolgenti, come immagini o video, per accompagnare i post e catturare l'attenzione dei follower.
- Condividete articoli o post pertinenti di altre fonti che siano in linea con la missione del vostro progetto per coinvolgere ulteriormente il vostro pubblico.
- Utilizzate le inserzioni su Facebook per raggiungere un pubblico più ampio e indirizzare i dati demografici specifici che sono rilevanti per il vostro progetto.
- Utilizzate Facebook Live per trasmettere eventi legati al vostro progetto, come conferenze stampa o webinar.
- Coinvolgete il vostro pubblico rispondendo tempestivamente ai commenti e ai messaggi e incoraggiandolo a condividere i propri pensieri e le proprie idee in merito al progetto.
- Collaborate con altre organizzazioni o individui che condividono obiettivi o interessi simili e promuovete reciprocamente i contenuti su Facebook.

8.8.2 B) Definizione dei formati dei deliverable

Il partenariato può utilizzare:

- Messaggi testuali - Possono essere utilizzati per condividere aggiornamenti, porre domande, citazioni o link a risorse esterne (almeno 40 per Paese).
- Immagini - Le immagini possono essere utilizzate per attirare l'attenzione, mostrare prodotti o servizi o condividere citazioni o statistiche. Possono essere condivise come immagini singole o come parte di un carosello o di una presentazione. (almeno 40 per Paese)
- Video - I video possono essere utilizzati per fornire contenuti educativi, promuovere un prodotto o un servizio o mostrare il dietro le quinte di un evento o di un'attività. (almeno 10 per Paese)
- Video in diretta - I video in diretta possono essere utilizzati per trasmettere eventi in tempo reale, come lanci di prodotti, interviste o webinar. (almeno 1 per Paese)
- Sondaggi - I sondaggi possono essere utilizzati per coinvolgere il pubblico e raccogliere feedback o opinioni su un particolare argomento. (almeno 1 Paese per)
- Eventi - Gli eventi possono essere creati per promuovere attività o incontri specifici, come il lancio di un prodotto, una raccolta fondi o una conferenza. (almeno 1 Paese per)

8.8.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

Come previsto in base all'identità visiva del progetto

8.8.4 D) Realizzazione / produzione dei prodotti / output

I partner collaborano alla produzione dei materiali secondo le impostazioni e i criteri concordati.

8.8.5 E) identificazione dei mezzi di comunicazione più adatti per la divulgazione

Pagina Facebook del progetto, pagina Facebook istituzionale dei partner; social wall sul sito web; link ad altri media o documenti.

8.8.6 F) diffusione operativa dei risultati ottenuti

I partner si impegnano a produrre articoli come indicato al punto 8.8.2 raggiungendo e coinvolgendo un numero significativo di gruppi target e potenziando la creazione di reti di discenti, formatori, organizzazioni e aziende interessate alle materie VIRTUALI.

8.8.7 G) resoconto delle attività di promozione/diffusione

Partner Analizzate regolarmente gli insight di Facebook per monitorare le prestazioni della vostra pagina e adattare la vostra strategia di conseguenza. Infine, assicuratevi di rimanere aggiornati sulle politiche e le linee guida di Facebook per garantire che i vostri contenuti aderiscano alle norme e ai regolamenti della piattaforma.

Le attività saranno riportate in modo appropriato, con link e screenshot che forniranno tutti i dati e le informazioni necessarie per compilare correttamente almeno il modulo specifico del rapporto finale e di avanzamento.

8.8.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.9 Workshop di disseminazione - Incontro personale diretto [nessun deliverable specifico, ma descritto nella sezione 3.2].

I workshop sono eventi strategici per la promozione e la diffusione delle attività di V.I.R.T.U.A.L.. **Conversazioni dirette con diverse comunità interessate, enti educativi, altri progetti del settore e altre organizzazioni.**

8.9.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

Ogni workshop ha un'**agenda specifica** con un **titolo** e un **elenco di interventi**. Durante i workshop i partner si preoccupano di promuovere e diffondere

- le attività e i risultati della ricerca
- i curricula e i corsi pilota
- le attività di laboratorio
- le attività dei focus group
- il sito web, gli output multimediali e tutti i deliverable realizzati durante il progetto.
-

8.9.2 B) Definizione dei formati dei deliverable

I workshop sono programmati e organizzati come **eventi aperti**. È prevista la partecipazione di **esperti invitati come relatori**. È necessario preparare un **modulo di registrazione**.

8.9.3 C) Progettazione e sviluppo del layout grafico

Agenda del workshop (secondo il **modello** condiviso).

8.9.4 D) Realizzazione / produzione dei deliverable / output

I partner hanno una rete di relazioni e contatti che garantisce la partecipazione di circa 15-20 partecipanti per ogni workshop. Ogni partner organizza **almeno 1 workshop all'anno**.

I workshop possono essere organizzati anche in occasione degli incontri di partenariato.

8.9.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione più idonei per la disseminazione

Il workshop viene promosso principalmente attraverso

- **invio per posta** (elettronica e, se possibile, cartacea) dell'invito e dell'agenda,
- comunicazioni alla stampa, telefonate e altri mezzi di comunicazione che i partner possono utilizzare

I risultati del workshop (breve relazione, comunicato informativo) sono diffusi principalmente attraverso

- **mailing** (elettronico e, se possibile, cartaceo), comunicati stampa e altri mezzi di comunicazione che i partner possono utilizzare.

8.9.6 F) Diffusione operativa dei risultati

Ogni partner pianifica l'organizzazione dei workshop. Quando l'agenda è definita, viene pubblicata sul sito web.

L'invito e l'ordine del giorno vengono inviati per e-mail/posta ai gruppi target e agli stakeholder (utilizzando la banca dati dei partner e l'elenco dei contatti del progetto), in tempo utile per controllare e verificare la partecipazione. Viene inviata una comunicazione alle agenzie di stampa.

8.9.7 G) resoconto delle attività di promozione/divulgazione

Le attività saranno rendicontate in modo appropriato, fornendo tutti i dati necessari (es.: n. di partecipanti) e le informazioni per compilare correttamente almeno il **modulo specifico del rapporto di avanzamento e finale**.

Viene preparata una breve relazione del workshop. Le informazioni sui risultati del workshop vengono diffuse tramite sito web, mailing, newsletter.

I partner scattano foto / filmano le attività e caricano i materiali sul sito web, su YouTube, su Facebook. Una breve relazione sui risultati viene inviata ai partecipanti.

8.9.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità del compito	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.10 Seminario finale [compito 5.5]

Al termine delle attività di progetto il partenariato si occupa dell'organizzazione di un seminario transnazionale il cui titolo (provvisorio) è **V.I.R.T.U.A.L.**

Il seminario ha anche lo scopo di promuovere lo sfruttamento dei risultati e la valorizzazione delle attività al fine di proseguirle oltre la fine formale del progetto e di promuovere l'inclusione degli output e dei prodotti nelle attività istituzionali e nelle agende delle istituzioni e degli stakeholder.

L'evento, che si terrà in Albania, è organizzato dall'organizzazione ospitante e dal Coordinatore del progetto. L'obiettivo della conferenza sarà quello di presentare al pubblico i risultati del progetto.

8.10.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della disseminazione

Il seminario è strutturato come un evento di un giorno (circa otto ore) con la partecipazione di tutti i rappresentanti dei partner.

I partner devono coinvolgere anche rappresentanti di autorità locali, regionali, nazionali, rappresentanti della Commissione Europea, associazioni culturali e professionali, scuole, istituti di formazione, centri per l'educazione degli adulti, università, associazioni culturali. Ogni partner può invitare un rappresentante istituzionale o degli stakeholder del proprio Paese.

Interventi: TBD

8.10.2 B) Definizione dei formati dei deliverable

La conferenza finale è organizzata come **evento aperto**. È prevista la partecipazione di esperti invitati come relatori (uno per ogni partner). Deve essere preparato un **modulo di registrazione**.

8.10.3 C) Progettazione e sviluppo del layout grafico

Nell'**agenda della conferenza (viene fornito un modello)** e nelle **comunicazioni alla stampa** devono essere utilizzati il logo dell'UE, il logo del progetto e il logo dei partner.

8.10.4 D) Realizzazione / produzione dei prodotti / output

I partner hanno una rete di relazioni e contatti che garantisce la partecipazione di un numero significativo di partecipanti. Si suggerisce di organizzare una conferenza finale in concomitanza con il 4° incontro di partenariato.

8.10.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione più idonei per la disseminazione

Il seminario finale viene promosso principalmente attraverso

- **invio per posta** (elettronica e, se possibile, cartacea) dell'invito e dell'ordine del giorno, sito web
- comunicazioni alla stampa e altri mezzi di comunicazione che i partner possono utilizzare.

I risultati del seminario finale (breve relazione, comunicazione) sono diffusi principalmente attraverso

- **mailing** (elettronico e, se possibile, cartaceo), comunicati stampa e altri mezzi di comunicazione che i partner possono utilizzare.

8.10.6 F) Promozione operativa e diffusione dei risultati

Ogni partner pianifica l'organizzazione finale del seminario. Quando l'agenda è definita, viene pubblicata sul sito web.

L'invito e l'agenda vengono inviati per e-mail/posta ai gruppi target e agli stakeholder (utilizzando la banca dati dei partner e l'elenco dei contatti del progetto), in tempo utile per controllare e verificare la partecipazione. Viene inviata una comunicazione alle agenzie di stampa.

I partner scattano foto / filmano le attività e caricano i materiali sul sito web e sulla pagina YouTube. Una breve relazione sui risultati viene inviata ai partecipanti.

8.10.7 G) Relazione sulle attività di promozione/diffusione

Viene preparato un resoconto della conferenza finale. Le informazioni sui risultati della conferenza vengono diffuse tramite sito web, mailing, newsletter.

8.10.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità del compito	Bilancio dell'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

8.11 Stampa su locazioni (compito 5.4)

Fornitura di proposte: articoli e pubblicazioni relativi al progetto V.I.R.T.U.A.L. *Pubblicazione di 4 comunicati stampa (uno per partner all'anno)*

8.11.1 A) Definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

Non applicabile

8.11.2 B) Definizione dei formati di consegna

Gli articoli e le pubblicazioni sono salvati in formato pdf. Si suggerisce di preparare, se necessario, una versione cartacea.

8.11.3 C) progettazione e sviluppo del layout grafico

Nessuna indicazione specifica.

8.11.4 D) realizzazione / produzione dei deliverable / output

Tutti i partner hanno cura di raccogliere anche gli articoli e le pubblicazioni sul progetto V.I.R.T.U.A.L. pubblicati sui media, salvandoli in formato pdf e registrando in un file i dati relativi alla fonte dell'informazione e all'URL, nel caso di articoli o pubblicazioni elettroniche. In ogni caso anche gli articoli web vengono salvati in formato pdf.

8.11.5 E) individuazione dei mezzi di comunicazione idonei per la diffusione

La rassegna stampa è resa disponibile on line attraverso un'area dedicata del sito web.

8.11.6 F) diffusione operativa del deliverable

La rassegna stampa viene diffusa inviando l'URL delle pagine del sito web, mailing, newsletter. Le versioni cartacee possono essere preparate per la distribuzione a mano (in occasione di workshop, riunioni, incontri con gli stakeholder).

8.11.7 G) Rapporto sulle attività di promozione/diffusione

I partner prepareranno un elenco di articoli e pubblicazioni e un elenco di URL per gli articoli e le pubblicazioni on line.

8.11.8 Disposizioni di bilancio

PARTNER	responsabilità del compito	Budget per l'attività	note
ARTES			
CEFE			
KPT			

EUT			
UBT			

8.12 PROGETTO IDENTITÀ AZIENDALE - (compito 5-4 - DEL 5.2)
8.12.1 A) definizione e sviluppo del messaggio e/o del testo e/o del contenuto della promozione e della divulgazione

Per la migliore riconoscibilità del progetto e dei suoi risultati, viene elaborata un'identità aziendale del progetto (caratteri, modelli di documenti, schemi di colori, logo, impostazioni grafiche). L'identità aziendale sarà utilizzata in tutta la documentazione e i risultati del progetto. Elettronica, IT, Tutte le lingue dei Paesi partner

8.12.2 B) Definizione dei formati dei documenti da consegnare

N/D

8.12.3 C) Progettazione e sviluppo del layout grafico

La grafica e il layout sono proposti dal **TUCEP**

8.12.4 D) realizzazione / produzione dei deliverable / output

A cura del TUCEP

8.12.5 E) Individuazione dei mezzi di comunicazione idonei per la divulgazione

N/D

8.12.6 F) diffusione operativa dei risultati

N/A

8.12.7 G) relazione sulle attività di promozione/diffusione.

N/A

8.12.8 Disposizioni di bilancio e risorse

PARTNER	responsabilità dell'attività	Budget per l'attività	note
TUCEP			
ARTES			
CEFE			
KPT			
EUT			
UBT			

9 RELAZIONE SULLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E DIVULGAZIONE

Il rapporto descriverà in dettaglio le attività di promozione e disseminazione svolte durante la durata del progetto, i risultati e gli obiettivi raggiunti.

Sulla base delle indicazioni fornite dai partner, l'Università di Perugia metterà a punto il Piano di disseminazione.

La relazione sarà strutturata sulla base del presente Piano di disseminazione e di progetto, seguendo lo schema dell'indice. Ogni partner fornirà dati e informazioni sull'implementazione come da **scheda di disseminazione**.

Il Piano sarà caricato nella sezione del sito web con accesso riservato ai partner del progetto.

9.1 Scheda di divulgazione

Data	Nazionale/Regionale/Locale	Attività di divulgazione breve descrizione e scopo	Gruppi target / Partecipanti	Commenti	Prove allegate

10 NOMI UTENTE E PASSWORD

MAIL V.I.R.T.U.A.L.

CANALE YOUTUBE

SITO WEB

SOCIAL MEDIA

11 ALLEGATI

11.1 TESTO DELLA BROCHURE

11.2 LOGO DEL PROGETTO

Questo progetto è stato finanziato con il sostegno della Commissione europea.
Questa pubblicazione riflette solo il punto di vista dell'autore e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per l'uso che può essere fatto delle informazioni in essa contenute.