



**Piano Triennale della Comunicazione
della Riserva della Biosfera
“Alpi Giulie”
2023-2025**

Realizzato da:



Piazza del Tiglio, 3
33010 Resia (Ud)
Tel. + 39 0433 53534
info@parcoprealpigiulie.it
parcoprealpigiulie@cert.spin.it
www.parcoprealpigiulie.it

in qualità di soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera Alpi Giulie

Con il supporto tecnico di:



www.punto3.it

Sommario

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI.....	5
2. LA COMUNICAZIONE DELLE RISERVE DELLA BIOSFERA MAB UNESCO	8
2.1 La mission e i valori	9
2.2 Lo storytelling.....	11
2.3 MAB is Proud To Share	12
3. STRUTTURA E OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	13
3.1 Struttura del Piano	14
3.2 Obiettivi generali.....	14
3.3 Obiettivi specifici.....	16
A. Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice.....	16
B. Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco	17
C. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza.....	17
D. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie	18
E. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali	19
F. Stimolare le comunità locali e i visitatori a “far propri” gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento.....	20
G. Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie	20
H. Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti.....	20
I. Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell’ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera	21
3.4 Relazione tra obiettivi generali e obiettivi specifici	23
4. TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	24
4.1 I target interni	24
Community leaders.....	25
Operatori economici locali.....	25
Bambini e giovani	25
Comunità locali.....	26
Media locali	26
4.2 I target esterni.....	27
Visitatori.....	28
Università ed Enti di Ricerca.....	28

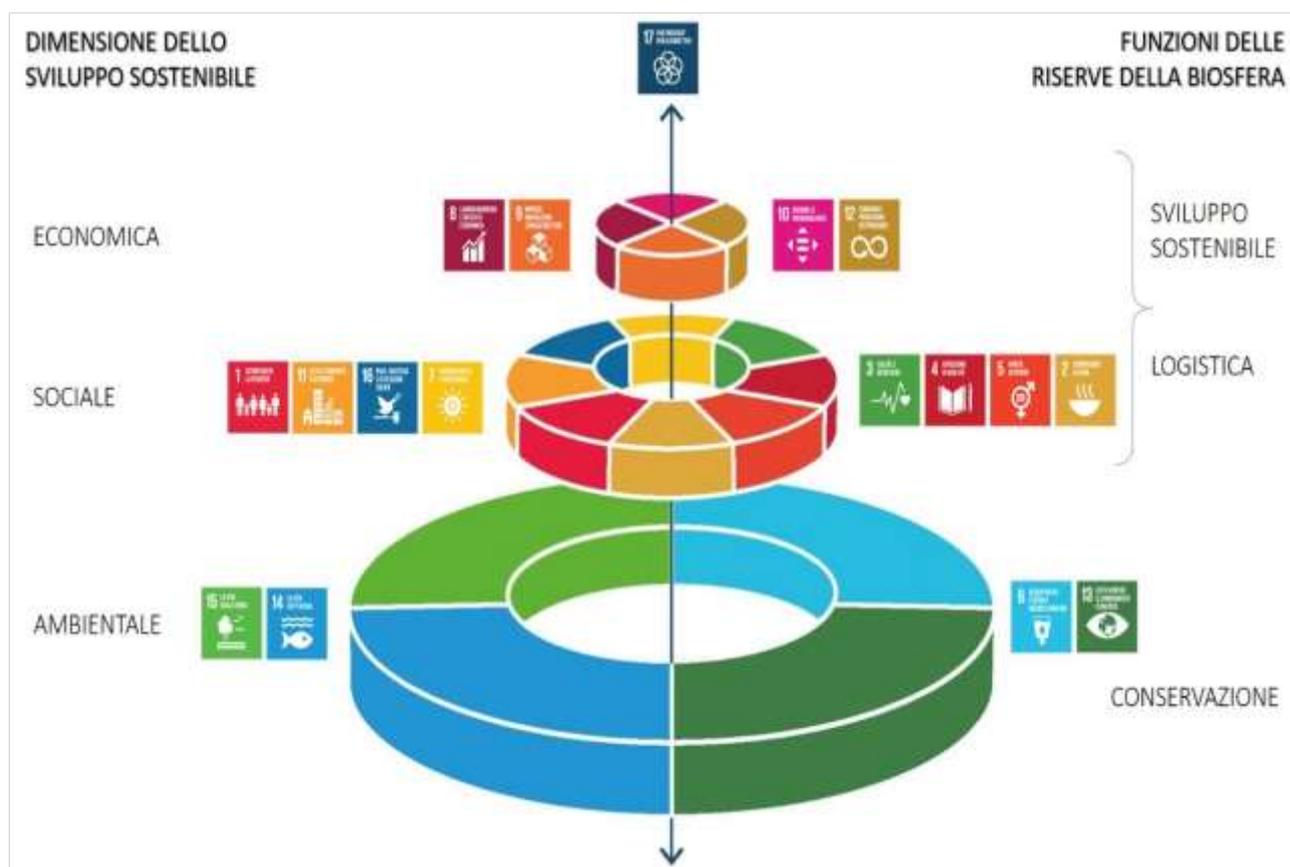
Giovani (Under 30)	29
Scuole.....	29
Stakeholder delle Alpi Giulie Slovene.....	29
Network nazionale ed internazionale MAB.....	30
5. LOGO “ISTITUZIONALE” E PROMOZIONALE DELLA RISERVA DELLA BIOSFERA	31
5.1 Il logo istituzionale	31
5.2 Il logo promozionale.....	32
6. STRUMENTI E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE.....	33
6.1 Strumenti di comunicazione.....	39
Sito Internet	39
Social Media	41
I video ed il cortometraggio “Proud to Share” delle Alpi Giulie	43
Newsletter	46
Flyer	48
Brochure.....	49
Totem.....	50
Roll-up banner	51
Cartelli stradali	52
Gadget.....	53
Campagne pubblicitarie web	54
6.2 Attività di comunicazione.....	55
Comunità Redazionale diffusa.....	55
Ciclo di incontri e attività di scambio di buone pratiche (educational tour...)	56
Eventi culturali e attività inclusive di educazione ambientale	58
Iniziativa annuale	61
Esposizione interattiva itinerante	62
Ufficio stampa	63
7. CRONOPROGRAMMA ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	64
8. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	66

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI

L’UNESCO attraverso il programma “Man and Biosphere (MAB)” riconosce le Riserve della Biosfera quali territori accomunati da un obiettivo e una visione comune: la concretizzazione a livello locale dei principi dello sviluppo sostenibile, concordati a livello globale.

Il Programma «Man & Biosphere» è stato individuato da UNESCO come lo strumento più efficace per perseguire i 17 Obiettivi Globali di Sviluppo Sostenibile definiti dall’Agenda 2030 delle Nazioni Unite, in quanto le Riserve della Biosfera hanno l’opportunità e la capacità di mettere in connessione la dimensione antropica con la dimensione naturale attraverso le loro 3 funzioni principali (Conservazione, Sviluppo Sostenibile, Logistica¹). Il Programma MAB dell’UNESCO, sostiene e valorizza i territori in cui le comunità perseguono, mediante studio e ricerca, approcci innovativi allo sviluppo economico, adeguati da un punto di vista sociale e sostenibili da un punto di vista ambientale. Il Programma MAB è proiettato nel futuro, ma agisce concretamente nel presente.

Le Riserve della Biosfera rappresentano infatti per l’UNESCO dei laboratori di sperimentazione ed innovazione per l’individuazione di buone pratiche di sostenibilità, in cui lo sviluppo del territorio è perseguito attraverso un approccio olistico che coinvolge l’intera comunità che lo vive ed è realizzato definendo un modello di crescita in cui l’uomo vive in equilibrio con il proprio ambiente al fine di garantire un futuro prospero alle comunità residenti.



Rappresentazione sintetica della relazione tra Obiettivi Globali di Sviluppo Sostenibile e funzioni delle Riserve della Biosfera

¹ con funzione Logistica, il Programma MAB UNESCO intende l’insieme di diverse attività connesse all’educazione, all’informazione, alla sensibilizzazione – ivi incluse la ricerca scientifica e il monitoraggio.

Il perseguimento dello Sviluppo Sostenibile, tuttavia, nelle Riserve della Biosfera non deve essere realizzato solamente nei territori e con le comunità residenti all'interno dei propri confini, questi luoghi infatti devono ambire ad essere modello positivo ed ispirare il cambiamento anche nei territori limitrofi e più in generale in tutti i soggetti con cui entrano in relazione. Risulta quindi necessaria una strategia comunicativa e di promozione focalizzata, autorevole e coerente, definita sia a livello locale che nazionale e globale, che proponga la Riserva della Biosfera quale luogo di incontro e di scambio, idoneo a supportare sempre nuove forme di collaborazione e di innovazione.

In questo ambito, sono numerosi i progetti di comunicazione sviluppati all'interno del network MAB UNESCO finalizzati a informare le comunità locali ed internazionali sui principi dello sviluppo sostenibile e realizzati con l'obiettivo di aumentare la consapevolezza sulla necessità di adottare stili di vita e scelte ad essi coerenti.

Per questi motivi, il Programma MAB ha identificato nella comunicazione un campo strategico di lavoro, invitando tutte le Riserve della Biosfera ad attivarsi in tal senso, sia per comunicare i propri valori, sia per stimolare l'adozione di comportamenti sostenibili, essendo ispirazione per il proprio territorio e comunità, ma anche per territori e comunità con cui venga in contatto.

Per offrire un orizzonte comune e delineare alcuni strumenti utili a realizzare questi ambiziosi obiettivi, sono stati redatti i seguenti documenti, che questo piano tiene in piena considerazione e la cui redazione viene realizzata in piena integrazione con:

- MAB STRATEGY 2015-2025 ²
- Lima Action Plan for UNESCO's Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves (2016 -2025)³
- UNESCO MAB Brand&Story Toolkit⁴
- UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan"⁵
- Linee Guida Nazionali per le Riserve della Biosfera in Italia⁶
- 2017 MAB Youth Forum Declaration⁷
- 2019 MAB Youth Forum Declaration⁸
- UNESCO Background Guide 2019⁹
- UNESCO MAB Webinar Series 2020¹⁰

Poiché – come anticipato nelle righe precedenti - essere Riserva della Biosfera è un progetto di crescita delle comunità, nella piena comprensione dei valori e delle opportunità del proprio territorio, per occuparsi di ambiente, tanto quanto di economia e aspetti sociali e culturali; integrandoli in una visione di sviluppo sostenibile, l'attività di comunicazione della Riserva della Biosfera Alpi Giulie ha, quindi, come finalità principali quelle di diffondere i valori della Riserva della Biosfera, promuovendone la cultura della sostenibilità.

²www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/MAB_Strategy_2015-2025_final_text.pdf

³www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/pdf/Lima_Action_Plan_en_final.pdf

⁴http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/images/Annexe3_BrandandStory_Piano_di_comunicazione.pdf

⁵http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/images/SC-18_CONF_210_12_MAB_Comm_Strategy-ANNEX_1-EN.pdf

⁶http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/trasparenza_valutazione_merito/DPN/unesco/MAB_ct_linee_guida_nazionali.pdf

⁷<http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002598/259873E.pdf>

⁸<https://en.unesco.org/MAB-youth/2019forum>

⁹<https://www.nmun.org/assets/documents/conference-archives/new-york/2019/ny19-bgg-unesco.pdf>

¹⁰<https://unesco-MABwebinarseries.splashthat.com/>

Si tratta quindi in primo luogo di attività di comunicazione volte ad evidenziare l'ambizione di un territorio e della comunità che ci vive verso il miglioramento, la crescita, la tensione allo sviluppo sostenibile. In secondo luogo l'attività di comunicazione è finalizzata a far conoscere alla comunità locale ed al contesto internazionale la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i suoi valori.

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie, attraverso il Piano di Comunicazione Triennale 2023-2025, intende organizzare e sviluppare la propria comunicazione per corrispondere agli indirizzi del Programma MAB UNESCO e per contribuire a livello locale e globale alla sensibilizzazione, divulgazione e promozione dello sviluppo sostenibile.

2. LA COMUNICAZIONE DELLE RISERVE DELLA BIOSFERA MAB UNESCO

Gli strumenti di comunicazione ufficiali del Programma MAB, a cui fare riferimento sono:

- il sito web [\[https://en.unesco.org/mab\]](https://en.unesco.org/mab)
- la pagina Facebook [UNESCO MAB Programme \[https://www.facebook.com/manandbiosphere\]](https://www.facebook.com/manandbiosphere)
- il profilo LinkedIn [UNESCO | LinkedIn \[https://www.linkedin.com/company/unesco\]](https://www.linkedin.com/company/unesco)
- il profilo Instagram [UNESCO MAB programme \[https://twitter.com/UNESCO_MAB\]](https://twitter.com/UNESCO_MAB)
- il canale YouTube [UNESCO \[https://www.youtube.com/user/unesco\]](https://www.youtube.com/user/unesco)

Tramite l’*“UNESCO MAB Brand & Story Toolkit”*¹¹ del 2015, successivamente sviluppato nella *“UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan”*¹² del 2019, sono stati definiti la mission e gli obiettivi comunicativi per il network mondiale delle Riserve della Biosfera.

Le Riserve della Biosfera di tutto il mondo (ad oggi 738, presenti in 134 Paesi¹³), costituiscono un grande network. Una strategia di comunicazione condivisa rappresenta un’importante opportunità per accrescere l’efficacia comunicativa delle singole Riserve della Biosfera, essendo ciascuna di esse **parte di qualcosa di più grande** e al tempo stesso nel suo “piccolo” dando il proprio contributo ad attuare la mission del network a livello globale.



¹¹ la guida realizzata dal network EuroMAB per supportare le Riserve di Biosfera nell'impostare strategie di comunicazione e coinvolgimento, presentata nell'ambito della conferenza mondiale MAB di Lima (marzo 2016) http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/images/Annexe3_BrandandStory_toolkit.pdf

¹² http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/images/SC-18_CONF_210_12_MAB_Comm_Strategy-ANNEX_1-EN.pdf

¹³ MAB ICC 2022

2.1 La mission e i valori

La mission del network mondiale delle Riserve della Biosfera si può sintetizzare in questo claim:

Stimolare un futuro positivo collegando oggi persone e natura

La strategia di comunicazione condivisa presentata nell'“*UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan*” si fonda su 4 pilastri, ovvero 4 valori comuni a tutte le Riserve della Biosfera del mondo: **Positività, Partecipazione, Innovazione, Collettività** che – a loro volta – individuano un obiettivo fondamentale che viene comunicato attraverso un claim, come si sintetizza nella tabella che segue.

Valore	Obiettivo	Claim
Positività	Esaltare la vita	Celebriamo le persone e la natura
Partecipazione	Responsabilizzare le persone	Facilitiamo la partecipazione
Innovazione	Trovare soluzioni modello	Esploriamo nuove modalità ogni giorno
Collettività	Essere insieme	Siamo parte di qualcosa di più grande

Il Piano di Comunicazione delle Riserve della Biosfera, così come specificato nel *Toolkit dell'EuroMAB*, deve fondarsi in primis sul valore della “**Positività**” con le diverse declinazioni che può assumere all'interno del territorio (es: la conservazione della biodiversità ecologica e culturale, lo sviluppo sostenibile, l'educazione, la formazione e il monitoraggio) il cui racconto può e deve essere fonte di ispirazione per la comunità locale e per le persone che vengono in contatto con la Riserva della Biosfera. Tanto più ampio sarà il numero di soggetti territoriali che comprenderà tale valore ed il potenziale di “essere Riserva della Biosfera”, tanto più diffusa, omogenea ed efficace sarà la promozione della Riserva della Biosfera Alpi Giulie. In questo modo i destinatari della comunicazione della Riserva della Biosfera, saranno stimolati a diventarne i primi ambasciatori, moltiplicando il potenziale comunicativo e di marketing territoriale degli Enti gestori. In questo processo risiede il cambio di paradigma, nella nuova visione del Programma MAB, che pone le comunità locali al centro della veicolazione dei valori della Riserva della Biosfera (cfr. valore “**Partecipazione**”). La piena comprensione da parte delle singole coscienze e di conseguenza di quelle collettive, delle funzioni della Riserva della Biosfera, intesa come il laboratorio per la diffusione dei valori dell'“**Innovazione**”. Il Piano di Comunicazione deve perciò supportare le diverse declinazioni del valore della “**Positività**” presenti nel territorio (es: la conservazione della biodiversità ecologica e culturale, lo sviluppo sostenibile, l'educazione, la formazione e il monitoraggio) affinché le persone che vivono e lavorano nel territorio della Riserva della Biosfera diventino la voce che racconta al mondo intero le Alpi Giulie nella consapevolezza di essere parte di qualcosa di più grande (valore della “**Collettività**”).

La strategia di comunicazione del Programma MAB UNESCO è inoltre improntata a un nuovo **paradigma comunicativo**: aperto, trasparente e moderno, volto a coinvolgere efficacemente le persone sul significato di essere una Riserva della Biosfera, l'importanza di fare parte di questa rete e le modalità di coinvolgimento attivo in questo progetto. Il cambio di paradigma, attualizzato nel “*MAB Branding and Story Toolkit*”, è l'ispirazione per creare piani di comunicazione più dinamici ed efficaci, che si riporta in sintesi nello schema che segue.

Cambiare il metodo di coinvolgimento



Queste indicazioni, che rappresentano i pilastri della strategia di comunicazione, si esemplificano nelle pagine che seguono attraverso due particolari aspetti: la modalità suggerita (lo story telling) e il claim individuato (MAB IS PROUD TO SHARE” – “Orgogliosi di condividere).

2.2 Lo storytelling

La modalità con cui viene raccontata la "storia" della Riserva della Biosfera è cruciale per raggiungere l'obiettivo di coinvolgere le persone.

Secondo le indicazioni del "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan", la "storia" si compone di 3 parti:

1. una parte introduttiva con un messaggio-chiave che colpisca l'attenzione delle persone, facendo capire qual è la vera opportunità che offre la Riserva della Biosfera per ristabilire un collegamento uomo-natura nel suo territorio (2 frasi).
2. una parte a seguire che espone meglio il messaggio-chiave introduttivo, mostrando quali sfide affronta la Riserva della Biosfera e come aiuta le persone a ristabilire e a rafforzare la connessione con la natura (1 frase più lunga, centrale).
3. una terza parte che offre un esempio di come questo accade e del valore aggiunto che la Riserva della Biosfera dà al territorio (2 frasi più brevi, conclusive).



2.3 MAB is Proud To Share

La strategia di comunicazione condivisa presentata nell' "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan" può essere sintetizzata con il *claim* "MAB IS PROUD TO SHARE" – "Orgogliosi di condividere".

Attraverso questo *claim*, declinato sui social network con l'hashtag #MABisProudToShare, ciascuna Riserva della Biosfera dà il proprio contributo a "qualcosa di più grande" raccontando la propria "storia" attraverso le voci dei membri della comunità locale, con l'obiettivo di coinvolgere le persone e di condividere uno o più dei 4 valori illustrati nelle pagine precedenti.

Lo strumento attraverso il quale ciascuna Riserva della Biosfera deve raccontare la propria "storia" (cercando di stimolare tutti gli altri territori) è il **cortometraggio**, che viene indicato debba essere costruito con tre importanti requisiti:

1. durata 1 minuto
2. sottotitoli in inglese per essere comprensibile in tutto il mondo
3. riferimenti (icone) agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Lo *storyboard* è così articolato:

- 10 sec. Scegliere uno o più volti che fanno parte della Riserva. Invitarli a dire "ciao" nella lingua locale;
- 20 sec. Utilizzare immagini e voci, che diano un contributo nel condividere il perché la Riserva della Biosfera è importante e come aggiunge valore alla vita delle persone che abitano nel suo territorio;
- 25 sec. Mostrare un progetto o un'attività chiave che dimostra i progressi fatti verso l'attuazione di uno degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e quale impatto l'attività abbia avuto nella Riserva della Biosfera;
- 5 sec. Dire nella lingua locale: "La mia Riserva della Biosfera è orgogliosa di condividere".

Molti dei cortometraggi prodotti dalle diverse Riserve della Biosfera si possono trovare nel gruppo pubblico su Facebook [MAB is ProudToShare](#).

3. STRUTTURA E OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il Piano di comunicazione della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie era stato inserito all’interno del Piano di Azione redatto nel 2021 come uno dei Progetti Faro”. Questo tipo di progetti trovavano nel Parco naturale delle Prealpi Giulie, in quanto soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera, il soggetto attuatore.

Questi progetti venivano evidenziati rispetto agli altri in quanto ritenuti strategici per il perseguimento di una categoria tematica afferente alle 3 funzioni principali della Riserva della Biosfera poiché perseguono contemporaneamente tutti gli obiettivi specifici di una singola categoria tematica.

In questo caso la categoria tematica in questione è “comunicazione e sensibilizzazione” e gli obiettivi specifici sono rappresentati da:

- Far conoscere approfonditamente a residenti e turisti le caratteristiche e gli obiettivi del programma MAB UNESCO e le motivazioni per cui le Alpi Giulie sono state riconosciute Riserva della Biosfera (obiettivo principale);
- Potenziare e qualificare gli eventi del territorio in termini di sviluppo sostenibile sia in relazione ai contenuti tratti che alle modalità di svolgimento;
- Utilizzare i contenuti del riconoscimento a Riserva della Biosfera per qualificare il marketing territoriale.

In questo frangente, si descriveva come finalità principale del Piano di comunicazione della Riserva di Biosfera quella di veicolare i valori della Riserva e promuovere la cultura della sostenibilità. Si tratta quindi di una comunicazione che intende evidenziare l’ambizione di un territorio e di una comunità verso il miglioramento, la crescita, la tensione allo sviluppo sostenibile. In secondo luogo l’attività di comunicazione è finalizzata ad aumentare la conoscenza della Riserva di Biosfera e dei valori perseguiti, sia all’interno della comunità locale, sia rivolgendosi al contesto internazionale con particolare coinvolgimento delle nuove generazioni. Durante le attività di questo ultimo periodo queste indicazioni si sono affinate evidenziando gli obiettivi generali e specifici, che si specificano qui di seguito.

L21		Piano di comunicazione della Riserva della Biosfera	
Obiettivo principale L21 - Far conoscere approfonditamente a residenti e turisti le caratteristiche e gli obiettivi del programma MAB UNESCO e le motivazioni per cui le Alpi Giulie sono state riconosciute Riserva della Biosfera	Funzioni della Riserva della Biosfera 	Agenda 2030 	
Altri obiettivi L21, L22	Soggetto coordinatore Ente parco naturale delle Prealpi Giulie		
Contatto riferimento Antonio Andrich antonio.andrich@parcnaturalealpijulie.it 0432/22234		Altri soggetti coinvolti Comuni (partner)	
Stato di avanzamento Programmato, non avviato	Dimensione territoriale Il territorio della Riserva della Biosfera Alpi Giulie nel suo complesso in ogni Connessioni con le Alpi Giulie Slovene Il Piano potrebbe essere utilizzato, redatto ed applicato in sinergia con i due territori ed applicato in maniera congiunta fra Parco Naturale Prealpi Giulie e Parco del Triglav, tra Riserva della Biosfera italiana e slovena		
Descrizione del progetto Il Piano di comunicazione della Riserva di Biosfera ha come finalità principale di veicolare i valori della Riserva e promuovere la cultura della sostenibilità. Si tratta quindi di una comunicazione che intende evidenziare l’ambizione di un territorio e di una comunità verso il miglioramento, la crescita, la tensione allo sviluppo sostenibile. In secondo luogo l’attività di comunicazione è finalizzata ad aumentare la conoscenza della Riserva di Biosfera e dei valori perseguiti, sia all’interno della comunità locale, sia rivolgendosi al contesto internazionale con particolare coinvolgimento delle nuove generazioni.			

3.1 Struttura del Piano

Si descrivono in dettaglio nelle pagine seguenti, la relazione tra le Funzioni del Programma MAB, gli obiettivi generali della comunicazione nelle Riserve della Biosfera, gli obiettivi specifici del Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie e gli Strumenti e le Attività di comunicazione che si propone contribuiscano concretamente al loro raggiungimento.



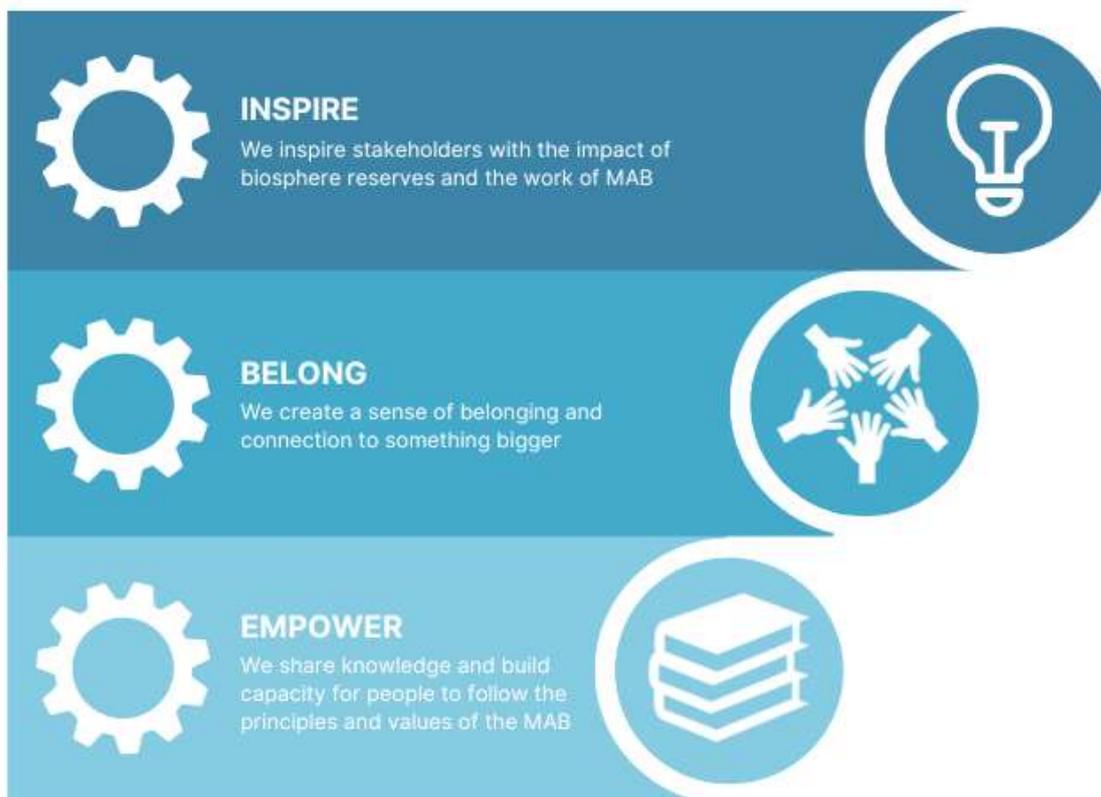
3.2 Obiettivi generali

Il presente Piano di Comunicazione Triennale è il primo per la Riserva della Biosfera Alpi Giulie ed in quanto tale è da considerarsi uno strumento che contribuisce in primis a **rafforzarne i caratteri identitari e fondanti**. Un obiettivo generale del Piano di Comunicazione è pertanto evidenziare l'identità della Riserva della Biosfera Alpi Giulie, divulgandone l'esistenza ed i valori quale progetto territoriale vocato allo sviluppo sostenibile, che aspira a coinvolgere nel perseguimento dei propri obiettivi la più ampia pluralità di soggetti sul proprio territorio, così come all'esterno.

Comunicare la Riserva della Biosfera "Alpi Giulie" significa innanzitutto lavorare sul territorio per creare consenso, consapevolezza e condivisione sul significato di **"essere una Riserva della Biosfera"** e sull'importanza di perseguire gli obiettivi del Programma MAB. Tale premessa è, infatti, la base per stimolare la proattività degli attori socio-economici del territorio affinché si attivino anch'essi per conservare e migliorare il rapporto tra ecosistemi e presenza umana, comprendendo che solo se tale rapporto è in equilibrio può apportare benefici al modello di sviluppo e diventare capitale fisso per le economie locali. La comprensione delle comunità locali dei valori e delle opportunità offerte dall'essere Riserva della Biosfera è inoltre la condizione necessaria per impostare anche una efficace comunicazione verso l'esterno, valorizzando le peculiarità del territorio in ottica di valorizzazione del rapporto "uomo-natura" e promuovendone la visita finalizzata alla fruizione dei valori riconosciuti dall'UNESCO.

In questo quadro, è importante sottolineare come il presente Piano di Comunicazione si ispira ai 3 macro-obiettivi definiti dalla *"UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan"*¹⁴, ovvero: ispirare, appartenere, responsabilizzare.

¹⁴http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/SC/images/SC-18_CONF_210_12_MAB_Comm_Strategy-ANNEX_1-EN.pdf

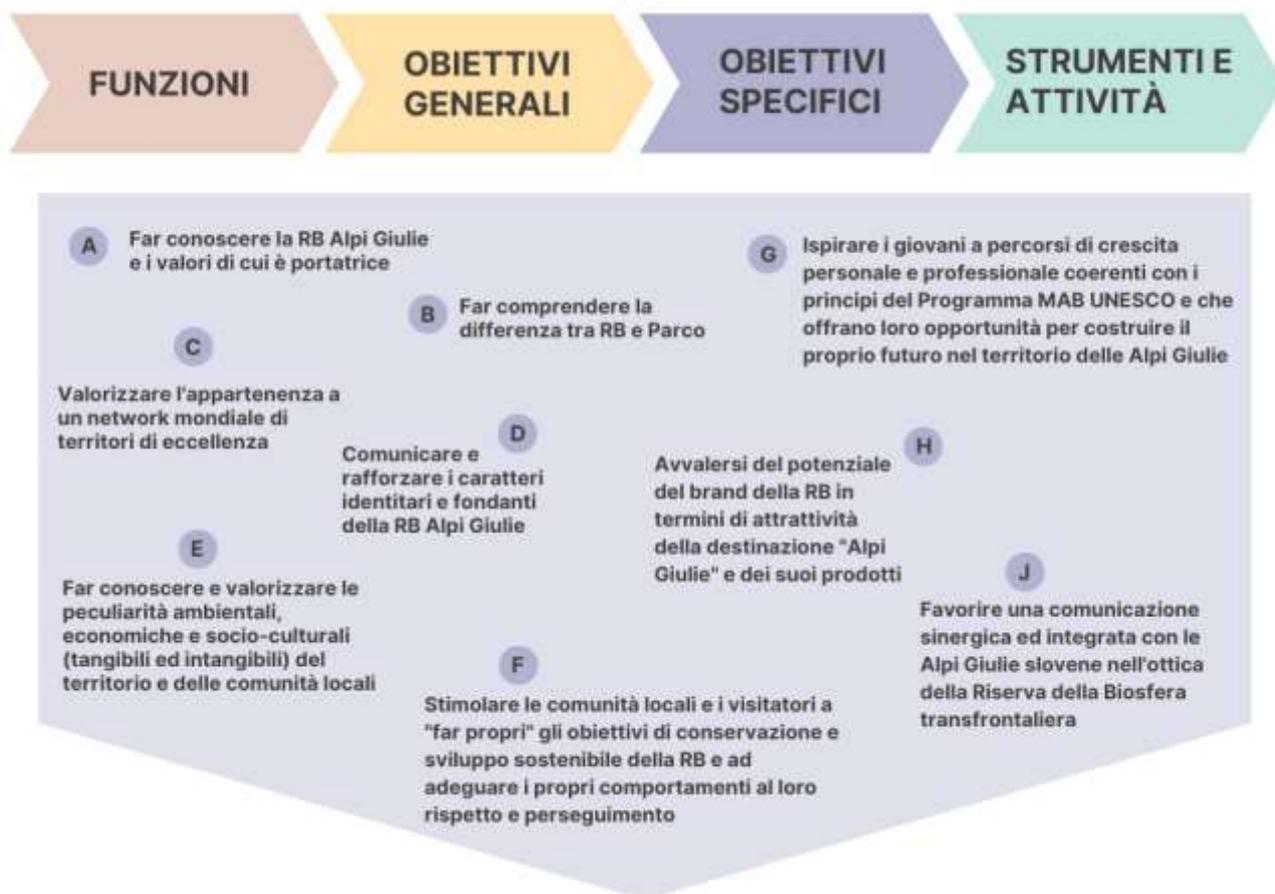


Si riassumono nello schema che segue questi 3 macro obiettivi generali, fondamentali per l'individuazione successiva dei 10 obiettivi specifici che guidano le azioni che compongono questo Piano.



3.3 Obiettivi specifici

A partire dagli obiettivi generali sopra descritti, si sono specificati gli obiettivi specifici che questo piano di comunicazione propone di avere al fine di essere realmente significativo a livello locale, nazionale ed internazionale, evidenti nello schema che segue.



A. Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie è stata istituita dall'UNESCO nel 2019. Poco dopo l'ottenimento del riconoscimento, a causa dell'insorgere dell'emergenza sanitaria legata alla pandemia da COVID-19 e dell'acuirsi delle limitazioni ad essa connesse, l'operatività della nascente Riserva della Biosfera è stata fortemente limitata proprio in un momento che avrebbe previsto il realizzarsi di diversi incontri in presenza finalizzati all'avvio delle attività della Riserva, come per esempio la convocazione degli organismi di governance e delle stesse attività comunicative.

Grazie alle collaborazioni territoriali attivate però, molte sono le attività che sono proseguite - nel rispetto della normativa vigente - anche durante il periodo pandemico. Molte di esse sono state proprio rivolte ad ampliare la conoscenza dell'esistenza della Riserva della Biosfera "Alpi Giulie", dei valori che l'UNESCO ha riconosciuto al territorio e delle sfide legate allo sviluppo sostenibile che territorio e comunità accolgono per il prossimo periodo.

In questo momento in cui l'andamento della pandemia finalmente lo permette, la comunicazione connessa alla Riserva della Biosfera si sta strutturando, dapprima come prolungamento degli strumenti di comunicazione del Parco Naturale delle Prealpi Giulie (soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera), poi in quelli della rete MAB nazionale (grazie alla partecipazione a diversi progetti ed

iniziative di rete), quindi negli ultimi tempi anche in strumenti di comunicazione "propri" le cui funzioni e obiettivi saranno declinati in questo Piano.

Stante la situazione sopradescritta, la Riserva della Biosfera Alpi Giulie necessita ancora oggi di **"far sapere che esiste"**, in primis alla comunità locale, che non ha ancora piena consapevolezza di vivere ed operare in un territorio riconosciuto dall'UNESCO e di cosa ciò comporti in termini di attenzioni ed opportunità.

La Riserva della Biosfera necessita inoltre di essere conosciuta e riconosciuta da una pluralità di stakeholder, pubblici e privati, che ad oggi ne ignorano l'esistenza o non ne hanno compreso le caratteristiche e le potenzialità e con i quali invece è importante riuscire a relazionarsi per attivare in futuro proficue collaborazioni per lo sviluppo.

Infine, ma non meno importante, la Riserva della Biosfera deve sapersi "presentare" a tutti i visitatori delle Alpi Giulie, stimolandoli ad una conoscenza approfondita dei propri valori e al contempo responsabilizzandoli sulle corrette modalità per vivere un'esperienza di visita sostenibile.

B. Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco

La Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie è strettamente correlata al Parco Naturale delle Prealpi Giulie, che ne è il soggetto coordinatore e che è stato, sino ad ora, il principale attuttore della maggior parte delle azioni e dei progetti riconducibili alla Riserva della Biosfera, così come sarà anche il principale soggetto attuttore di questo Piano di Comunicazione. Per quanto riguarda il territorio coinvolto, le due entità differiscono poiché il Parco naturale è compreso all'interno dei territori comunali di Chiusaforte, Lusevera, Moggio Udinese, Resia, Resiutta e Venzone in provincia di Udine, la Riserva della Biosfera invece conta una popolazione residente di circa 22.000 abitanti e ricopre una superficie di circa 715 kmq territorio di 11 comuni del territorio montano del Friuli Venezia Giulia: Artegna, Chiusaforte, Dogna, Gemona del Friuli, Lusevera, Moggio Udinese, Montenars, Resia, Resiutta, Taipana e Venzone.

Nonostante questa sostanziale differenza nel territorio coinvolto, forse anche a causa della continuità tematica e di ruolo che il Parco riveste anche nella Riserva della Biosfera, si riscontra una certa difficoltà da parte della comunità locale e degli stakeholder in generale a distinguere l'Ente (il Parco Naturale) dal riconoscimento UNESCO (la Riserva della Biosfera). Tale difficoltosa distinzione non solo è scorretta da un punto di vista formale, ma rischia di essere un limite al coinvolgimento di altri attori nel perseguimento degli obiettivi di sostenibilità che stanno alla base dell'essere Riserva della Biosfera.

È quindi assai importante che la comunicazione della Riserva della Biosfera (così come quella del Parco Naturale) pongano attenzione alla distinzione dei ruoli e delle funzioni, stimolando anche altri attori del territorio, pubblici e privati, ad essere protagonisti attivi della Riserva della Biosfera, facendo comprendere loro che anch'essi sono beneficiari/responsabili del riconoscimento MAB UNESCO, al pari del Parco Naturale. In tal senso sarà molto importante comunicare adeguatamente, ora che si è costituita ed è diventata operativa, la struttura di governance allargata della Riserva della Biosfera, presentando prerogative e protagonisti dei vari organismi che affiancheranno il coordinatore nella gestione e valorizzazione del riconoscimento.

C. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza

I network nazionale e mondiale delle Riserve della Biosfera sono in costante crescita e si caratterizzano per dinamicità e capacità di sviluppare partnership e buone pratiche in tutti gli ambiti dello sviluppo sostenibile. I network tematici e geografici possono essere quindi sia fonte di confronto, ispirazione,

formazione, ma anche occasione per trovare la creazione di relazioni con cui sviluppare progettualità, che concretizzino i propri obiettivi.

Farne parte è quindi un'opportunità, non solo per il soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera, ma anche per tutti gli stakeholder e le comunità locali che appartengono e operano nel territorio. In particolar modo le Università, le scuole, le imprese, le associazioni, potranno trovare nella rete delle Riserve della Biosfera (e ancor più nei gruppi tematici in cui essa è articolata), soggetti analoghi che in altri contesti territoriali sviluppano attività simili e possono essere interessati a forme di collaborazione.

In tal senso, l'azione comunicativa della Riserva della Biosfera deve essere finalizzata a far conoscere il potenziale del network MAB promuovendone le iniziative e le opportunità, ma anche selezionando e approfondendo le esperienze più utili agli stakeholder territoriali.

D. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie

Il riconoscimento a Riserva della Biosfera è stato concesso alle Alpi Giulie soprattutto in virtù del suo ruolo di cerniera tra paesaggi, ecosistemi e culture differenti. Queste sovrapposizioni e intrecci hanno contribuito alla creazione di un territorio "plurale" la cui specificità e unicità si fonda su un dialogo tra le differenze che ha prodotto un ambito unico, da molti punti di vista: innanzitutto è un territorio di transizione tra mondo latino e mondo slavo, nelle sue diverse sfaccettature; in secondo luogo è uno snodo strategico tra l'ambito montano -alpino e prealpino- e il grande ambito della pianura; significativa è inoltre la successione altimetrica di paesaggi e ambienti alle diverse quote, associati a peculiarità climatiche e a specifici modi di abitare (dai ghiacciai ai paesaggi in quota punteggiati dai complessi malghivi, ai versanti boscati disseminati di pascoli, fino agli insediamenti di pianura).

Le potenzialità della Riserva della Biosfera stanno proprio nell'esplorazione anche sperimentale delle possibilità di *"sviluppi differenti, che fondino le proprie traiettorie sulla rigenerazione e sull'integrazione delle opportunità materiali e immateriali offerte dai singoli contesti". I territori oppongono resistenza sia all'omologazione forzata in progetti di riequilibrio sia a facili ricette di crescita. Situazioni interne a diverse velocità "si pongono quindi come veri laboratori in cui tornare a ragionare su approcci qualitativi allo sviluppo che riassegnino un peso rilevante alle questioni dell'abitabilità e alle ragioni del paesaggio, intercettando le domande di un diverso ritmo e qualità della vita, piuttosto che sul mero principio di competitività o della mera salvaguardia delle risorse ambientali"*¹⁵

Per questi motivi le Alpi Giulie si caratterizzano per gli aspetti fondamentali di unicità e pluralità, che hanno generato un modello di gestione territoriale, fondato principalmente sul forte radicamento territoriale delle comunità residenti e su attività antropiche a basso impatto ambientale, che nel corso del tempo hanno permesso di tutelare l'alto pregio naturalistico e paesaggistico dell'area e di conservare il patrimonio artistico e culturale esistente. Questo modello ha portato in passato alla creazione di ecosistemi, paesaggi e connotazioni identitarie territoriali che, seppur in parte minacciati dall'abbandono, tutt'oggi mantengono inalterato il loro valore estetico e socio-economico e, associandosi alla naturale matrice geomorfologica, creano un quadro unico e riconoscibile quale appartenente al contesto delle Alpi Giulie.

Il riconoscimento come Riserva della Biosfera è tuttavia correlato anche alla sfida che le comunità odierne devono affrontare, per far sì che le peculiarità siano perpetuate e l'equilibrio uomo-natura sia

¹⁵ Marchigiani Elena, Garofolo Ilaria, 2005, Per un progetto sostenibile del territorio, il caso studio dell'area transfrontaliera italo-slovena, Edicom Edizioni, Monfalcone (Gorizia)

rispettato, cercando di indirizzare verso paradigmi di sostenibilità lo sviluppo socio-economico del territorio.

La comunicazione della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie dovrà quindi saper enfatizzare questi aspetti che sono alla base del riconoscimento UNESCO: l'eccezionalità del rapporto uomo-biosfera generatosi nel corso della storia e la sfida delle generazioni odierne per conservare e rinnovare tale equilibrio, ponendo su di esso le basi per uno sviluppo socio-economico sostenibile.

E. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali

La Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie si caratterizza per tre aspetti principali: una elevatissima diversità biologica, uno straordinario mix culturale e una comunità dall'elevata resilienza che non ha mai smesso nel tempo di lottare orgogliosamente per conservare il proprio territorio e la propria cultura.

Da una parte infatti la particolare rilevanza la collocazione biogeografica (che fa sì che sia composta di tre differenti aree biogeografiche: alpina, mediterranea e illirica), la grande variabilità altimetrica e l'elevato regime pluviometrico, concorrono a determinare una ricchezza unica di specie vegetali e - animali e una **straordinaria biodiversità** (sono presenti numerose specie floristiche rare ed endemiche, nonché specie faunistiche tipiche dell'ambiente alpino e di interesse comunitario come pure habitat rari o la cui conservazione è legata allo svolgimento di pratiche antropiche).

Quest'area inoltre è un incrocio millenario di culture e popolazioni differenti, testimoniato fin dai tempi dei romani da una molteplicità di idiomi, di modi di insediarsi, di pratiche agricole ed artistiche; anche in tempi moderni la **diversità culturale** assume rilevanza a scala internazionale nell'intreccio tra "mondo latino" e "mondo slavo". Questo ha contribuito a determinare importanti capacità di adattamento delle popolazioni residenti, che si osserva non solo nella capacità di assorbire la successione di confini amministrativi "mobili", le conseguenze di differenti poteri e sistemi di governo, guerre ed eventi climatici (terremoto del 1976, ecc.), ma anche in una importante **capacità di creare relazioni di sussidiarietà** importante sia nel promuovere i rispetto delle identità locali sia nella definizione di un sistema di gestione dell'emergenza efficace e collaborativo.

Il territorio presenta molteplici luoghi di rilievo: monumenti, agglomerati urbani di valore storico e artistico, siti (storici come Castello di Ravistagno, Fortilizio di Portis, Forte La Chiusa e siti archeologici come Canal del Ferro, il territorio di Resiutta e di Montenars) e un ricco patrimonio culturale "minore", connesso alle attività agricole e alla necessità di adattamento alle condizioni orografiche e climatiche. Considerando inoltre l'importanza del patrimonio culturale immateriale in quanto fattore principale della diversità culturale e garanzia di uno sviluppo duraturo e considerando la profonda interdipendenza fra il patrimonio culturale immateriale e il patrimonio culturale materiale è importante valorizzare anche i valori culturali immateriali delle comunità locali, che si manifestano nelle tradizioni locali ed espressioni orali (ivi compreso il linguaggio, in quanto veicolo del patrimonio culturale immateriale), le arti dello spettacolo, le consuetudini sociali, gli eventi rituali e festivi, l'artigianato tradizionale."

Nella Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie è infatti presente un ricco mosaico di valori ambientali, storici e culturali. Questo sistema valoriale dovrà essere oggetto della comunicazione della Riserva della Biosfera, non solo valorizzando e promuovendo le singole eccellenze, ma anche e soprattutto evidenziando come la loro genesi sia strettamente interconnessa e sottolineando quindi la necessità di perseguire la loro complessiva tutela.

F. Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento

Gli obiettivi del Programma MAB - declinati e contestualizzati dalla Riserva della Biosfera Alpi Giulie nel proprio Piano d'Azione - necessitano del coinvolgimento attivo della comunità locale in primis ed in secondo ma fondamentale luogo anche dei visitatori. Senza infatti una piena comprensione dei valori ambientali e culturali, ma anche della loro "fragilità", ogni azione volta alla loro conservazione rischierebbe di essere inefficace.

Comunità locale, imprese e visitatori devono essere innanzitutto informati sui corretti comportamenti da tenere per vivere in modo positivo e rispettoso la stretta relazione tra uomo e natura che le Alpi Giulie offrono, riducendo il più possibile gli impatti delle attività antropiche sulla biodiversità.

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie, mediante i propri strumenti di comunicazione, intende supportare tutti gli stakeholder del territorio impegnati in progetti ed iniziative per lo sviluppo sostenibile in questo duplice obiettivo: creare sinergie e mettere in connessione le singole progettualità; evidenziarne ed enfatizzarne la coerenza con gli SDGs. Oltre a ciò la Riserva della Biosfera potrà offrire, alle iniziative più significative, anche l'opportunità di presentare i propri risultati alla rete nazionale ed internazionale MAB, dando la possibilità di arricchimento reciproco con altri territori alle prese con le stesse sfide.

G. Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie

Sia nell'ambito del primo Forum Mondiale dei Giovani MAB UNESCO del 2017 tenutosi in Italia sia nel secondo del 2019 tenutosi in Cina, è emerso che i giovani nati/cresciuti in una Riserva della Biosfera entrano in relazione profonda con il territorio e le comunità e che hanno come principale ambizione quella di trovare (o crearsi) opportunità lavorative che, consentendo loro di restare a vivere nella Riserva della Biosfera, mettano però pienamente a frutto le competenze acquisite nell'ambito dei propri percorsi di crescita e di studio, nel contribuire allo sviluppo sostenibile del territorio.

È questa una ambizione legittima, ma la cui soddisfazione è spesso molto complessa, soprattutto in territori come le Alpi Giulie, dove i settori economici "tradizionali" non sempre sono in grado di soddisfare tutte le aspirazioni professionali ed economiche dei giovani che vi nascono e crescono.

In tal senso, l'impegno comunicativo della Riserva della Biosfera, sarà duplice. In primis ispirare i giovani del proprio territorio (ma non solo) a perseguire percorsi di studio e professionali basati sulla conoscenza, la tutela e la valorizzazione dei valori ambientali e culturali del proprio territorio e sull'apporto concreto allo sviluppo sostenibile. Ciò avverrà soprattutto portando esempi di successo di altri giovani che sono riusciti in tale obiettivo, ma anche informando sulle opportunità formative che il network MAB e l'UNESCO offrono loro.

Oltre a ciò la Riserva della Biosfera cercherà di favorire l'incontro e la reciproca conoscenza tra i giovani che sono portatori di competenze ed idee qualificate ed innovative nell'ambito dello sviluppo sostenibile ed il tessuto socio-economico del proprio territorio.

H. Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti

Il brand UNESCO è uno tra i più conosciuti al mondo e gode di una ottima reputazione generatasi negli anni grazie ai successi di questa agenzia delle Nazioni Unite. Al brand UNESCO si associa

immediatamente una pluralità di concetti positivi: eccezionalità, qualità, universalità, bellezza, cultura, cura.

Pur non essendo consentito l'uso per finalità commerciali del logo UNESCO, né tanto meno di quello del Programma MAB, le comunità e le imprese della Riserva della Biosfera possono comunque avvalersi di tale potenziale, sviluppando una comunicazione che metta in connessione i valori riconosciuti dall'UNESCO alle Alpi Giulie con la narrativa promozionale delle destinazioni turistiche, così come le produzioni agroalimentari ed artigianali di qualità, presenti nella Riserva della Biosfera.

Il Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera cercherà quindi di stimolare e sostenere l'utilizzo dei valori che stanno alla base del riconoscimento dato dall'UNESCO nella narrativa promozionale dei prodotti e dei servizi di qualità. L'obiettivo è quindi di offrire, soprattutto al tessuto imprenditoriale, lo stimolo a comunicare **"l'appartenenza"** alla Riserva della Biosfera (peraltro importante), ma anche **"i cento perché"** di questo riconoscimento e l'affinità con esso del proprio prodotto/servizio.

I. Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell'ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera

Dal 2009 il Parco Naturale delle Prealpi Giulie, il Parco Nazionale del Triglav, e l'area MAB Unesco slovena, sono riconosciute come area protetta transfrontaliera dalla Federazione Europea Europarc con la denominazione ufficiale "Ecoregione Transfrontaliera Alpi Giulie" e nel 2014 è stata riconfermata come Area Protetta Transfrontaliera. Da tempo infatti l'area sta sperimentando percorsi volti a favorire lo sviluppo sostenibile anche con azioni di cooperazione internazionale che hanno conquistato le segnalazioni di "buone pratiche" a livello europeo. Gli ambiti già esplorati o programmati vanno dall'agricoltura a basso impatto alla riduzione dei combustibili fossili e all'efficientamento energetico, dall'ecoturismo alla mobilità sostenibile, dalla determinazione del carbon footprint alla valorizzazione dei saperi tradizionali, allo sviluppo di pratiche per l'adozione di Stili di vita sani fino alla formazione e alla messa in rete dei soggetti economici interessati attraverso processi di certificazione. Fra queste progettualità spiccano quelle già elaborate nella collaborazione con il vicino Parco nazionale sloveno del Triglav, tra cui:

- Progetto Transboundary Parks: certificazione "Area protetta transfrontaliera" della Federazione europea Europarc;
- Sviluppo della CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile), realizzato congiuntamente con il Parco nazionale sloveno del Triglav, rilasciata dalla Federazione europea Europarc;
- Progetto ERA, "EcoRegioAlpeAdria", che coinvolge altri parchi dell'arco alpino orientale: oltre al <http://www.tnp.si/> (Slovenia) anche il Nationalpark Nockberge (Austria); il progetto è stato riconosciuto come "Buona pratica" da parte della CIPRA e di Europarc.

Alcuni di questi percorsi hanno portato alla crescita sinergica di questa idea di cooperazione internazionale, insieme ad un confronto continuo tra Enti e comunità locali. In modo particolare, si sottolinea come il processo di attribuzione e di gestione della Carta Europea del Turismo Sostenibile all'Ecoregione Transfrontaliera Alpi Giulie ha portato alla creazione di un Forum permanente, costituito da tutti i soggetti interessati alle tematiche dello sviluppo turistico dell'area, che almeno una volta all'anno si incontra per confrontarsi su quanto fatto e concordare sulle priorità di intervento per l'anno successivo.

L'obiettivo di realizzare una Riserva della Biosfera transfrontaliera nasce -fin dalla realizzazione del dossier di candidatura - dall'idea di riuscire a costruire uno sviluppo sostenibile in regioni che condividono simili problematiche legate alla marginalità del territorio e alle difficoltà della montagna, favorendo la diffusione di buone pratiche e il rafforzamento del sistema transfrontaliero delle aree protette permettendone così una maggior visibilità non solo nello stretto ambito locale, ma anche in

ambito internazionale, favorendone quindi la gestione secondo ottiche che superano i limiti amministrativi e ricompongono i luoghi in una visione ecosistemica del territorio.

Alla luce di tutto ciò, preme sottolineare come il riconoscimento a Riserva della Biosfera è stato concesso alle Alpi Giulie anche sottolineando l'importanza della cooperazione internazionale attivata.¹⁶

Per tutti questi motivi avviare una comunicazione coordinata, efficace e integrata fra i diversi territori che compongono la regione è senz'altro un ulteriore passo verso la concretizzazione di una gestione accorta, coordinata e consapevole delle risorse permettendo la valorizzazione, il mantenimento e la diffusione del patrimonio materiale e immateriale e costituendone una possibilità di visibilità e opportunità di sviluppo.

¹⁶ Cfr: deliberation of the 31st session of the International Coordinating Council of UNESCO's Man And the Biosphere (MAB9Programma held in Paris from 17 to 21 june 2019

3.4 Relazione tra obiettivi generali e obiettivi specifici

Gli obiettivi specifici del Piano di Comunicazione Triennale della Riserva della Biosfera Alpi Giulie sono stati quindi riclassificati in relazione ai 3 macro-obiettivi definiti dalla "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan".

Ne emerge che la maggior parte degli obiettivi specifici di questo Piano è relativo al macro-obiettivo **ISPIRARE**. Questo è motivato dal fatto che si tratta, per le Alpi Giulie, del primo Piano di Comunicazione e che sino ad oggi le iniziative di comunicazione poste in atto dalla Riserva della Biosfera sono state limitate. In coerenza a ciò, come si vedrà nel capitolo 6, anche la maggior parte degli strumenti e delle attività di comunicazione previsti da questo Piano corrispondono ad obiettivi specifici che riguardano il macro-obiettivo ISPIRARE ed anche in ordine temporale sono quelli che saranno per primi messi in attuazione.

Nel corso dei 3 anni di validità di questo Piano, saranno via via attuate anche azioni corrispondenti ad obiettivi specifici riconducibili ai macro-obiettivi **APPARTENERE** e **RESPONSABILIZZARE**, ai quali però, se questo Piano avrà efficacia nel suo agire, ci si riserva di dare maggiore enfasi nelle strategie comunicative future.

	<p>A. Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B. Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>D. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p> <p>G. Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie</p>
	<p>C. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>H. Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti</p> <p>I. Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell'ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera</p>
	<p>F. Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p>

4. TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

I target del presente Piano di Comunicazione sono stati individuati in due principali gruppi:

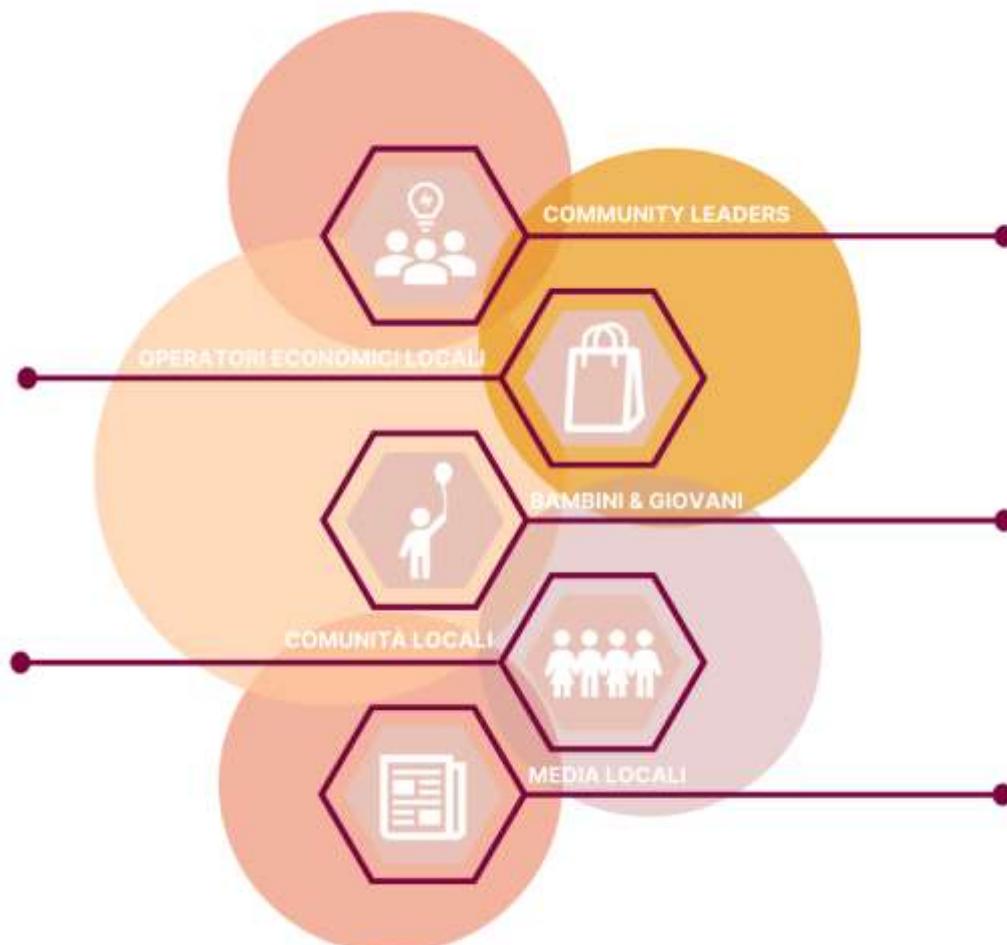
- target interni alla Riserva della Biosfera
- target esterni alla Riserva della Biosfera

Definire i target è molto importante per attuare un Piano di Comunicazione e per assicurare il coinvolgimento delle persone.

Per ciascuno dei target sarà definito un obiettivo specifico tra quelli elencati nel precedente capitolo, insieme a strumenti e attività di comunicazione mirati.

4.1 I target interni

I target interni, destinatari delle attività e degli strumenti di comunicazione volti a raggiungere gli obiettivi specifici, si possono a loro volta articolare in sottogruppi, come si esemplifica qui di seguito, dando attuazione alle indicazioni della "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan".



Fra queste categorie di interlocutori, si indirizzeranno le azioni di comunicazione mirate in modo particolare a raggiungere coloro i quali hanno ricoperto un ruolo attivo durante il percorso di redazione partecipata del Piano di Azione della Riserva della Biosfera.

Community leaders



In questo sottogruppo sono considerati i soggetti che hanno capacità di relazionarsi con ampi gruppi della comunità e di influenzarne le opinioni. Gli strumenti e le attività di comunicazione rivolti a questo target saranno volti a presentare le opportunità offerte alla comunità dall'essere Riserva della Biosfera, anche attraverso l'esempio di casi successo della Rete Mondiale. Inoltre a tali soggetti dovrà essere comunicato con chiarezza "cos'è e come funziona" la Riserva della Biosfera Alpi Giulie (Obiettivo generale ISPIRARE). In un secondo momento, strumenti e attività di comunicazione saranno finalizzati ad accrescere il loro livello di responsabilizzazione (Obiettivo generale RESPONSABILIZZARE).

Appartengono a questo sottogruppo:

- Amministratori e dirigenti degli Enti Locali e degli Enti Pubblici operanti sul territorio
- Membri degli organi di governance della Riserva della Biosfera
- Insegnanti
- Altri community leaders (artisti, sportivi, imprenditori,...)

Operatori economici locali



In questo sottogruppo sono considerate le persone della comunità portatrici di interessi economici. Gli strumenti e le attività di comunicazione che saranno realizzati per questo target sono finalizzati a rafforzare in loro la presenza dei valori fondanti della Riserva della Biosfera, mostrandola come un luogo di opportunità per la crescita economica del territorio (Obiettivo generale: ISPIRARE). Successivamente gli strumenti e le attività potranno lavorare sull'orgoglio e sul senso di appartenenza a un network mondiale di eccellenze, stimolandoli in modo coerente ad avvalersi dei contenuti del riconoscimento UNESCO per accrescere l'attrattività dei propri prodotti e servizi (Obiettivo generale APPARTENERE).

Appartengono a questo sottogruppo:

- Imprese
- Associazioni di categoria

Bambini e giovani



In questo sottogruppo sono considerati gli studenti di ogni ordine e grado e in generale tutti i giovani al di sotto dei 30 anni, un target importantissimo per tutte le Riserve della Biosfera, data la definizione di sviluppo sostenibile:

Lo sviluppo sostenibile è una forma di sviluppo economico compatibile con la salvaguardia dell'ambiente e dei beni liberi per le generazioni future (Commissione Brundtland, 1997)

Attraverso il coinvolgimento degli insegnanti (cfr. target Community Leaders), i giovani sono destinatari dei programmi

educativi volti alla diffusione dei valori dello sviluppo sostenibile e di come sia possibile attuarli in una Riserva della Biosfera, nonché alla creazione di una *vision* comune sul futuro del territorio, improntata al valore della "Positività" (obiettivo generale: ISPIRARE). Successivamente, a partire dalla valorizzazione e dalla "scoperta" delle peculiarità ambientali e culturali del loro territorio, si potrà lavorare su come farli diventare parte attiva della Riserva della Biosfera e contribuire alla diffusione dei suoi valori, al suo mantenimento e conservazione, attraverso un cambiamento nei comportamenti (obiettivo generale: RESPONSABILIZZARE). Appartengono a questo sottogruppo:

- Studenti scuole primarie;
- Studenti scuole secondarie di primo e di secondo grado;
- Studenti universitari e giovani under 30.

Comunità locali



In questo sottogruppo sono considerati tutti i residenti, ma anche coloro che, possedendo degli immobili, trascorrono sulle Alpi Giulie lunghi periodi dell'anno (visitatori abituali). Sono altresì considerate le associazioni di volontariato (Pro Loco, ass. culturali, ambientali, ricreative, sportive,...) in cui si esprime la comunità locale. Strumenti e attività di comunicazione rivolti a questo target sono basati in primo luogo sulla capacità di stimolare in loro interesse e curiosità verso la Riserva della Biosfera e sulle opportunità che essa offre (obiettivo generale: ISPIRARE); in secondo luogo sulla capacità di farli sentire orgogliosi di appartenere a una Riserva della Biosfera (obiettivo generale: APPARTENERE) e in terzo luogo sulla capacità di

rassicurarli circa le funzioni della Riserva della Biosfera, non come luogo in cui "Non si può fare" ma piuttosto come luogo in cui si "Possono fare" tante cose (obiettivo generale: RESPONSABILIZZARE).

Fanno parte di questo sottogruppo:

- Residenti e visitatori abituali
- Associazioni di volontariato

Media locali



Visti gli obiettivi di comunicazione della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie, soprattutto rivolti verso le comunità locali, fondamentale diventa il rapporto con i media locali.

A tali soggetti dovrà essere comunicato con chiarezza "cos'è e come funziona" la Riserva della Biosfera Alpi Giulie (Obiettivo generale ISPIRARE). In un secondo momento, strumenti e attività di comunicazione saranno finalizzati ad accrescere il livello di responsabilizzazione e - a casacata- le ricadute sui lettori e/o fan (Obiettivo generale RESPONSABILIZZARE).

Appartengono a questo gruppo: giornali, blog, radio, tv, gruppi facebook, giornalisti, blogger, speaker radiofonici e influencer.

4.2 I target esterni

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie è chiamata a perseguire la mission del Programma MAB "Stimolare un futuro positivo collegando oggi persone e natura" non solo in riferimento al proprio territorio e alle proprie comunità (target interni), ma anche all'esterno dei suoi confini (target esterni).

I target esterni, destinatari degli strumenti e delle attività di comunicazione volti a raggiungere gli obiettivi specifici, si possono dettagliare in 5 grandi sottogruppi, che si esemplificano nella infografica che segue e nell'approfondimento testuale presente nelle pagine successive.



I soggetti esterni alla Riserva della Biosfera, come per esempio i visitatori, se coinvolti in dinamiche sostenibili, possono essere soggetti privilegiati per far emergere il valore aggiunto che il riconoscimento MAB UNESCO apporta alle comunità e come indicato nel "Piano d'Azione di Lima" che orienta l'operato del Programma MAB UNESCO fino al 2026, un efficace mezzo attraverso cui le Riserve della Biosfera possono assolvere ad alcune delle proprie funzioni principali:

- **funzione di sviluppo:** il turismo sostenibile può determinare una significativa fonte di reddito per le popolazioni locali, generando benessere, migliorando la qualità della vita e

contrastando fenomeni di emigrazione e abbandono da territori marginali allo sviluppo industriale.

- **funzione logistica:** il turismo offre la possibilità di mostrare al mondo le buone pratiche di sostenibilità attuate all'interno della Riserva della Biosfera, stimolando nei visitatori il desiderio di replicarle anche nei loro territori e comunità di provenienza.
- **funzione di conservazione:** il turismo sostenibile favorisce la percezione da parte delle comunità locali del valore della Biosfera - economico e non solo - mettendo al centro di una strategia economica le eccellenze naturali e culturali specifiche di un territorio, che ne diventano capitale fisso e leva competitiva non replicabile altrove. Compreso il valore della Biosfera e l'importanza della sua tutela per la propria futura prosperità, le comunità locali saranno più motivate e proattive a supportare quanto necessario per garantire la funzione di conservazione.

La comunicazione verso i target esterni consente dunque di accrescere e qualificare in chiave MAB UNESCO il valore della destinazione "Alpi Giulie" e dei prodotti e servizi che vengono realizzati.

Visitatori



I visitatori saranno oggetto di una doppia comunicazione: prima della visita e durante la visita. Prima della visita l'obiettivo degli strumenti e delle attività di comunicazione è quello di presentare e approfondire i valori ambientali e culturali che hanno determinato il riconoscimento MAB UNESCO (obiettivo generale: ISPIRARE). Durante la visita, la comunicazione si concentrerà nel responsabilizzare i visitatori rispetto agli obiettivi di conservazione e di sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera, per farli propri e ed indurre comportamenti adeguati (obiettivo generale: RESPONSABILIZZARE). La comunicazione della Riserva della Biosfera rivolta ai visitatori verrà realizzata in stretta connessione con le progettualità individuate nel Piano d'Azione della CETS (Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette).

Università ed Enti di Ricerca



La Riserva della Biosfera rafforzerà le relazioni con gli Atenei che hanno sede nella stessa Regione Friuli Venezia Giulia, ma dovrà sapersi proporre al mondo universitario ed al settore della ricerca, a livello nazionale ed internazionale, come luogo di eccellenza per la ricerca ed il monitoraggio degli aspetti ambientali, soprattutto in correlazione alle dinamiche dei cambiamenti climatici, ma anche come laboratorio di innovazione dove poter sperimentare soluzioni nell'ambito della *green economy* e della *social responsibility*.

Giovani (Under 30)



La Riserva della Biosfera Alpi Giulie dovrà sapersi proporre anche ai giovani "esterni" al territorio quale meta di sviluppo delle loro ambizioni, se coerenti allo sviluppo sostenibile: siano esse connesse al mondo dello studio, della ricerca, del lavoro o dell'imprenditoria. La Riserva della Biosfera deve proporsi ai giovani di tutto il mondo come un luogo ideale dove vivere un'esperienza importante della loro vita, o addirittura tutta la propria vita.

Scuole



Le "Alpi Giulie" devono essere comunicate non solo alle scuole del territorio, ma anche a tutte le scuole a livello nazionale ed internazionale, quale "aula didattica a cielo aperto", luogo di apprendimento teorico e concreto dei valori e delle conoscenze connesse agli obiettivi del Programma MAB UNESCO. In tal senso dovranno essere stimolati sia la visita della Riserva della Biosfera nell'ambito di progetti educativi, sia l'utilizzo delle progettualità sviluppate dalla Riserva della Biosfera come "materiale didattico", per studiare in aula lo sviluppo sostenibile e la conservazione della biodiversità.

Stakeholder delle Alpi Giulie Slovene



Alla luce delle attività di collaborazione con il territorio sloveno e di cooperazione transfrontaliera, è già in atto in processo di confronto che coinvolge i diversi territori nazionali in cui le Alpi Giulie sono organizzati. Obiettivo di questo piano è valorizzare e mettere in evidenza le azioni già in corso, implementandone l'efficacia ed ampliandone la portata degli strumenti cosicchè portino alla realizzazione di attività concrete dagli obiettivi comuni, ampliandone la portata e rendendone maggiormente significativi i risultati.

Network nazionale ed internazionale MAB



La Riserva della Biosfera Alpi Giulie, come tutte le Riserve della Biosfera, ha il "dovere" di comunicare ed interagire con i soggetti afferenti alla rete internazionale MAB UNESCO. In tal senso sarà altrettanto importante comunicare le sfide perseguite ed i risultati raggiunti dalle Alpi Giulie, così come diffondere e dare eco alle buone pratiche realizzate da altri membri della rete.

5. LOGO "ISTITUZIONALE" E PROMOZIONALE DELLA RISERVA DELLA BIOSFERA

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie si avvale di due loghi:

- Logo istituzionale
- Logo promozionale

5.1 Il logo istituzionale



Nel giugno 2021, con l'obiettivo di conformarsi alla Risoluzione 34C/86 della Conferenza Generale "Directives Concerning the Use of the Name, Acronym, Logo and Internet Domain Names of UNESCO" e l'obiettivo di adattare le regole sull'uso del logo al cambiamento dei tempi e al sempre più largo uso del digitale, è stato realizzato il nuovo logo ed il relativo toolkit: "Graphical standards and Logo Toolkit", che intende rafforzarne la visibilità e la centralità, migliorandone la leggibilità, promuovendo un unico brand attraverso lo snellimento delle caratteristiche peculiari delle diverse reti.

In attesa delle linee guida nazionali sull'utilizzo di tale logo, esso può essere usato solo dal soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera (in questo caso il Parco Naturale delle Prealpi Giulie) sugli strumenti di comunicazione ufficiali della Riserva della Biosfera e sui propri (sito, social media, carta intestata, cartellonistica, etc...).

Il coordinatore può concederlo in uso, previa richiesta, ai soggetti pubblici del territorio (Comuni, Scuole, Enti di Ricerca, etc...), purché lo utilizzino per comunicare la propria appartenenza alla Riserva della Biosfera e per le attività di comunicazione inerenti a progetti privi di finalità commerciali e coerenti con gli obiettivi della Riserva della Biosfera.

In sintesi:

- il logo istituzionale della Riserva della Biosfera Alpi Giulie non può mai essere usato per finalità commerciali, ossia apposto su prodotti, servizi o eventi, che hanno scopo di lucro o su strumenti di comunicazione che li promuovono;
- il logo UNESCO e del Programma MAB, non possono mai essere utilizzati senza essere accostati a quello della Riserva della Biosfera;
- il logo istituzionale della Riserva della Biosfera Alpi Giulie non può essere posto accanto ad altri loghi, ma deve essere utilizzato sempre ben distinto, sia per posizione che per grandezza.

Come da indicazioni di UNESCO, recepite anche dalla commissione nazionale, si procederà entro dicembre 2023 all'aggiornamento del logo istituzionale, riprendendo le nuove direttive, standard grafici e relativi toolkit.

5.2 Il logo promozionale



Il logo promozionale della Riserva della Biosfera può essere usato per tutte le finalità, anche commerciali, purché coerenti ai valori del programma MAB UNESCO e agli obiettivi della Riserva della Biosfera.

Tale logo può essere quindi concesso¹⁷ dal coordinatore della Riserva della Biosfera, anche per essere utilizzato prodotti in commercio o su materiali promozionali di servizi, eventi e prodotti.

Scopo del logo promozionale, non deve limitarsi a evidenziare che il prodotto/servizio è realizzato nella Riserva della Biosfera Alpi Giulie¹⁸, né tanto meno riferirsi alla qualità dello stesso; la concessione del brand della Riserva della Biosfera deve innanzi tutto mettere in evidenza il processo di realizzazione (come e perché si fa) evidenziandone la relazione con i principi dello sviluppo sostenibile. Se, infatti, la Riserva della Biosfera rappresenta il luogo ideale per promuovere lo sviluppo sostenibile e il rapporto uomo-ambiente, i prodotti e i servizi a cui viene concesso il brand devono contribuire al perseguimento di tale mission.

L'utilizzo del logo promozionale ha due ricadute:

- dare un valore aggiunto ai prodotti e ai servizi che vengono realizzati e svolti sul territorio delle Alpi Giulie, che possono vantare performance ambientali, sociali ed economiche coerenti ai paradigmi dello sviluppo sostenibile. Attraverso questo logo un operatore economico comunica alla clientela il senso di appartenenza al territorio e quindi alla Riserva della Biosfera, in un'ottica anche di green marketing.
- far conoscere ai consumatori/turisti l'esistenza della Riserva della Biosfera Alpi Giulie, attraverso prodotti e servizi che, spesso, sono già molto diffusi e caratterizzati da strumenti di marketing efficienti.

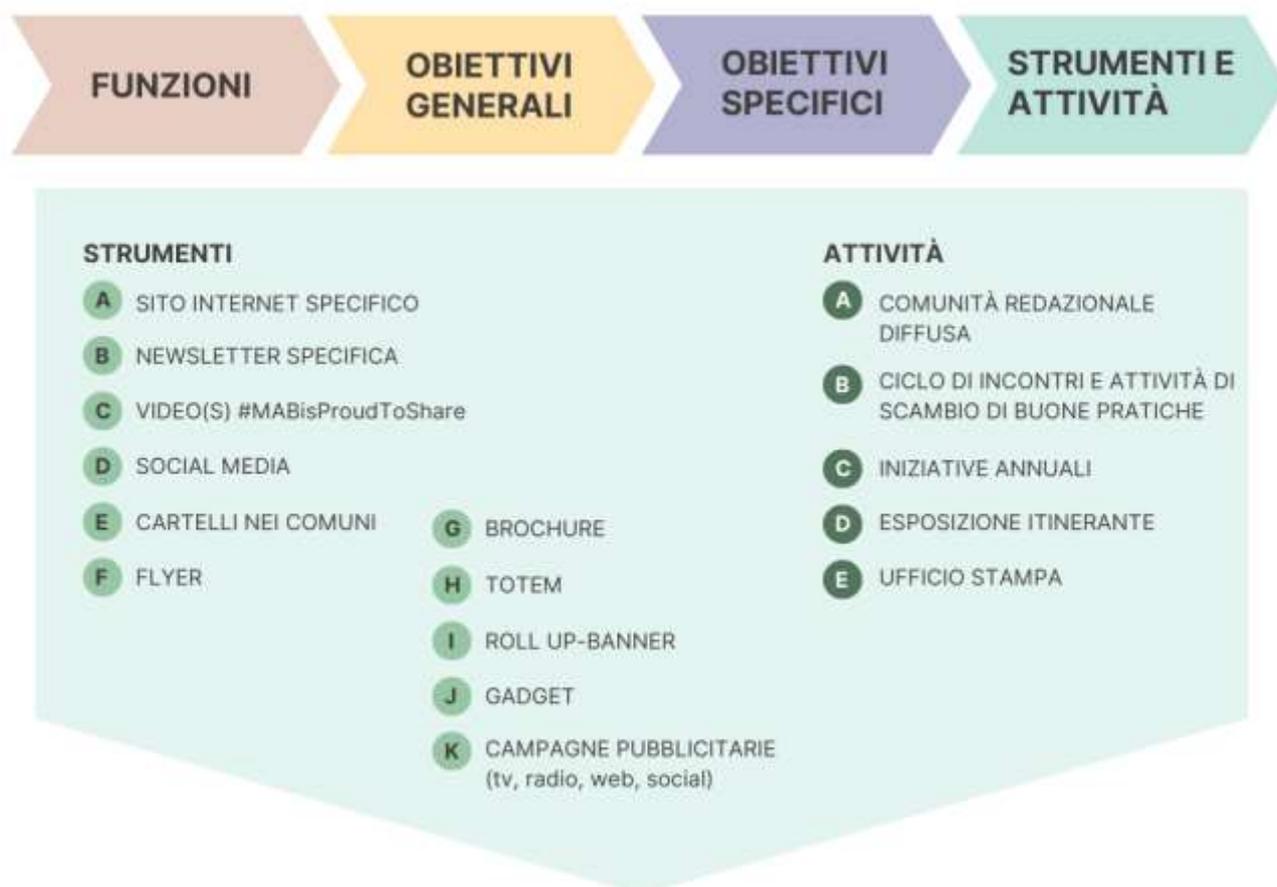
Per meglio specificare obiettivi, potenzialità, funzionalità e modalità di utilizzo del logo promozionale, si allega al presente piano della comunicazione, il documento denominato “Linee guida per l'utilizzo del brand della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie”.

¹⁷ sulla base di uno specifico disciplinare approvato dal Comitato di Gestione della Riserva della Biosfera e coerente alle eventuali linee guida emanate dal Comitato MAB Nazionale.

¹⁸ In tal senso è doveroso segnalare che, senza ricevere alcuna autorizzazione, se un prodotto o un servizio è realizzato all'interno del perimetro della Riserva della Biosfera, è possibile scrivere tale informazione sugli strumenti di comunicazione che lo promuovono senza però avvalersi di alcun logo.

6. STRUMENTI E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Si descrivono in dettaglio nelle pagine seguenti, gli Strumenti e le Attività di comunicazione che si propone contribuiscano concretamente al loro raggiungimento gli obiettivi generali della comunicazione nelle Riserve della Biosfera e gli obiettivi specifici del Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie perché possa essere realmente significativo a livello locale, nazionale ed internazionale, evidenti nello schema che segue.



La Riserva della Biosfera Alpi Giulie non parte da zero. Alcuni **strumenti di comunicazione** sono stati già predisposti nel corso dei primi due anni trascorsi dal suo riconoscimento, e ciò è funzionale a una più veloce diffusione delle **attività** che saranno approntate a partire già dalla fine del 2022.

Naturalmente fra il 2020 e il 2021, l'insorgere dell'emergenza sanitaria legata alla pandemia da COVID-19 e l'acuirsi delle limitazioni ad essa connesse, hanno fortemente limitato l'operatività dell'allora nascente Riserva della Biosfera proprio in un momento che avrebbe previsto l'avvio di molti strumenti di comunicazione insieme alla realizzazione di diversi incontri finalizzati all'avvio delle attività della Biosfera.

Questa situazione contingente ha rallentato tutte le attività programmate. In particolare si sono riscontrate difficoltà nell'avvio dell'operatività degli organismi di governance della Riserva della Biosfera in seguito all'impossibilità di svolgere i primi incontri in presenza. Anche l'avvio della consulta delle associazioni ha subito ritardi dovuti alla crisi sanitaria. Lo stesso processo di definizione del Piano di Azione della Riserva della Biosfera ha sofferto di queste limitazioni; tali difficoltà sono state superate grazie alla pronta attivazione di tutte le tecnologie disponibili per svolgere gli incontri a distanza, con la predisposizione di piattaforme di dialogo da remoto per svolgere gli incontri che non è stato possibile

realizzare in presenza, attivando una piattaforma digitale per la raccolta delle progettualità che hanno composto la banca Progetti e riuscendo comunque a giungere all'approvazione del Piano d'Azione della Riserva della Biosfera nei tempi prestabiliti. Durante questo triennio le attività della Riserva della Biosfera Alpi Giulie si sono svolte per la maggior parte in modalità da remoto attraverso gli strumenti online a disposizione raggiungendo comunque buoni risultati nella definizione delle 15 categorie tematiche, dei 45 obiettivi specifici prioritari e delle 134 progettualità che compongono il Piano di Azione per lo sviluppo sostenibile del territorio delle Alpi Giulie.

Nonostante il periodo di incertezza quindi si sono comunque sviluppate numerose attività ed iniziative che hanno permesso alla Riserva della Biosfera di presentarsi al panorama locale, italiano ed internazionale. Le collaborazioni territoriali attivate hanno dato modo di avviare molte attività rivolte ai giovani del territorio, che sono proseguite, nel rispetto delle normative susseguites, anche durante il periodo pandemico.

Il coinvolgimento delle comunità locali e di tutti gli attori che operano ed hanno interessi nel territorio in oggetto, è stato -anche durante il periodo pandemico- fondamentale per attuare la mission del network mondiale delle Riserve della Biosfera. I primi destinatari di un'azione di conoscenza e di avvicinamento alla Riserva della Biosfera devono infatti essere coloro che vivono e lavorano nelle Alpi Giulie, affinché ne diventino *ambasciatori*, moltiplicando il potenziale comunicativo e di marketing territoriale degli Enti gestori. Maggiore consapevolezza si otterrà relativamente al valore ed il potenziale dell'essere parte del Programma MAB e più efficace sarà la promozione della Riserva della Biosfera Alpi Giulie. La comunicazione circa la Biosfera non deve quindi limitarsi alle azioni degli enti ma essere operata anche dalle persone che vivono la Biosfera nella quotidianità.

Gli strumenti già approntati nel corso del 2020 e del 2021 sono quelli di tipo generalista, cioè rivolti a tutti i target:

- Sito Internet
- Social Media (Pagina Facebook, Profilo Instagram, Canale YouTube)
- I video ed il cortometraggio "Proud to Share" delle Alpi Giulie

Gli strumenti che rimangono da approntare sono rivolti a target più specifici, ad eccezione della newsletter che - per gli obiettivi che si prefigge - consideriamo per il momento uno strumento generalista. Essi sono:

- Newsletter
- Flyer
- Brochure
- Totem
- Roll-up banner
- Cartelli stradali
- Gadget
- Campagne pubblicitarie web

Tali strumenti consentiranno la realizzazione delle attività di comunicazione previste dal Piano di Comunicazione:

- Comunità redazionale diffusa
- Cicli di incontri e attività di scambio di buone pratiche
- Eventi culturali e attività di educazione ambientale
- Iniziativa annuale
- Esposizione itinerante
- Ufficio stampa

Di seguito nelle tabelle si offre una visione sinottica degli strumenti (tab.1) e delle attività (tab.2) in ragione dei target a cui si rivolgono e degli obiettivi specifici che contribuiscono a raggiungere.

Nel capitolo successivo invece si entrerà nel dettaglio delle caratteristiche di ogni singolo strumento/attività.

STRUMENTI	OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	TARGET INTERNI	TARGET ESTERNI
Sito Internet	A, B, C, D, E, F, H, I	Tutti	
Social media	A, B, C, D, E, F, G, H, I	Tutti	
Video #MABISPROUDTOSHARE	A, B, C, D	Tutti	
Newsletter	A, B, C, F, H	Tutti	
Flyer	A, B, C, D	Residenti e visitatori abituali Operatori economici locali	Visitatori
Brochure	A, B, C, D, E	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Media Locali Altri Community leaders Associazioni di categoria	Università e R&S Scuole Network MAB
Totem	A, B	Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Residenti e visitatori abituali	Visitatori Scuole
Roll-up banner	A, B	Enti Pubblici Locali Governance RB	
Cartelli stradali	A, B	Enti Pubblici Locali Residenti e visitatori abituali	Visitatori

STRUMENTI	OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	TARGET INTERNI	TARGET ESTERNI
Gadget	A, B, F	Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Scuole
Campagne pubblicitarie web	Diffondere le attività di comunicazione	Segmentare in base a esigenze	

Tabella 1 - Strumenti di comunicazione

ATTIVITÀ	OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	TARGET INTERNI	TARGET ESTERNI
Comunità redazionale diffusa	D, E, F, G	Altri Community leaders Imprese Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Giovani Under 30
Cicli di incontri e attività di scambio di buone pratiche	C, F	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Imprese Ass. di categoria Giovani under 30	Giovani Under 30 Università e R&S Stakeholder delle Alpi Giulie Slovene Network MAB
Eventi culturali e attività di educazione ambientale	A, B, C, D, E, F, G		Giovani Under 30 Università e R&S Stakeholder delle Alpi Giulie Slovene Network MAB
Iniziativa annuale	A, B, D	Enti Pubblici Locali Governance RB Media locali Altri Community leaders Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori
Esposizione itinerante	D, E	Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali	Visitatori Scuole
Ufficio stampa	A, B, C, D, E, G, H, I	Media locali	Rete MAB nazionale e internazionale

Tabella 2 - Attività di comunicazione

6.1 Strumenti di comunicazione

Sito Internet - www.parcoprealpigiulie.it

Obiettivi	Target
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E - Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a “far propri” gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p> <p>H - Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti</p> <p>I - Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell'ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera</p>	<p>Tutti</p>

Il sito della Riserva della Biosfera è coinciso – in questo primo periodo di attività - con quello del Parco Naturale delle Prealpi Giulie. L'interfaccia molto intuitiva dà rilievo, nella prima parte, agli eventi in programma ed alle news dal territorio, per poi presentare le iniziative ed i progetti attualmente sviluppati nel contesto delle Alpi Giulie, il territorio e le sue peculiarità (sentieri, percorsi, ...). Una sezione del sito è dedicata al *social wall*, che riporta le informazioni condivise nei social media e la conversazione continua che intercorre tra gli enti e le comunità locali e i followers, mentre si riporta *link* diretto in *home page* dedicato al video.

Attraverso il sito è possibile individuare informazioni di tipo amministrativo e tecnico, ma anche relative ai differenti aspetti che caratterizzano il territorio, come fauna e flora, storia e cultura, enogastronomia, oltre ad aggiornamenti sulle attività in atto e le relative comunicazioni. Nelle sezioni 'cose da fare' e 'ospitalità' vengono proposte diverse possibilità relative alle attività da svolgere nel territorio della Biosfera per fruitori di tutte le età, le strutture presenti per l'alloggio, i rifugi ed itinerari destinati alla mobilità lenta.

Il sito propone inoltre un elenco di attività ricettive convenzionate, tutte caratterizzate dal “Marchio di Qualità del Parco” e quindi impegnate a migliorare la qualità di beni e servizi forniti nel rispetto dell'ambiente, dei valori etici e delle tradizioni locali.

Allo scopo di far comprendere che la Riserva della Biosfera Alpi Giulie non coincide con il Parco Naturale delle Prealpi Giulie, il primo passo dal punto di vista della comunicazione sarà la realizzazione di un sito web dedicato alla Riserva della Biosfera, che si prevede possa essere attivo per maggio-giugno 2023, anche in vista dell'aumento dell'organico previsto a partire dall'autunno 2022.

Nell'era digitale in cui viviamo, il sito web è il principale biglietto da visita: pertanto deve riportare con completezza tutte le informazioni necessarie a presentare identità, mission e attività del proprietario del dominio.

Inoltre, il sito web permette di creare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera creando uno stile grafico e comunicativo e rappresentando il cardine sul quale costruire un progetto di comunicazione completo ed integrato. Infatti, il sito web deve interagire con tutti gli altri strumenti di comunicazione individuati nel presente Piano di Comunicazione, che hanno il compito di richiamare sempre il sito web per informazioni complete e dettagliate.

Il sito web funzionerà da "contenitore" delle notizie e delle attività, che si realizzano in tutto il territorio; nella realizzazione del sito web della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie, sarà importante realizzare gli opportuni collegamenti anche con le news e le attività del parco e dei singoli territori.

Al suo interno quindi saranno contenuti progetti non solo del Parco Naturale, oggi coordinatore della Riserva della Biosfera, ma anche di tutti quei soggetti che realizzano azioni rispondenti ai tre principi di sostenibilità (ambientale, economica e sociale) e che abbracciano i principi del Programma MAB, messi in connessione con i 17 SDGs dell'Agenda 2030; particolare rilevanza sarà data alle progettualità inserite all'interno del piano di Azione della Riserva della Biosfera.

Grazie al sito sarà possibile evidenziare anche l'appartenenza del territorio ad un network mondiale come quello delle Riserve della Biosfera: un network di territori riconosciuti dall'UNESCO, legando quindi il territorio a questo forte brand, con possibili importanti ricadute sull'attrattività dell'area.

Infine, una volta disciplinata la concessione del logo promozionale, il sito web funzionerà anche come "contenitore" dei prodotti e dei servizi per i quali è stato rilasciato il brand della Riserva della Biosfera, insieme ad articoli e pagine dedicate che li descrivono e li raccontano.

Sarà importante tenere presente, nell'attività di realizzazione del sitoweb dedicato, anche la necessità di strutturare e monitorare un indirizzo di posta elettronica dedicato, che possa diventare il riferimento unico per le comunicazioni ufficiali per esempio indirizzate al Ministero della Transizione Ecologica e ai membri della governance della Riserva della Biosfera. Anche questo contribuirebbe all'affermazione dell'alterità tra Parco e Riserva.

Social Media

<u>Obiettivi</u>	<u>Target</u>
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E - Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p> <p>G - Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie</p> <p>H - Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti</p> <p>I - Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell'ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera</p>	<p>Tutti</p>

I social media oggi sono uno strumento di comunicazione indispensabile per costruire relazioni con i propri pubblici di riferimento, sia interni, sia esterni.

I social media hanno un ruolo importante nell'avvicinare il riconoscimento MAB UNESCO alla comunità locale e permettono di attivare una rete informale di dialogo e di collaborazione con i diversi stakeholder che in molti casi ne ignorano l'esistenza, rendendo così questo riconoscimento evidente e conosciuto. Questo obiettivo è tanto più raggiungibile quanto più si riesce a legare i contenuti sui social media con i caratteri identitari della Riserva della Biosfera, riscontrabili nella Foundation story. Infatti, essa rappresenta la base sulla quale costruire la comunicazione, un po' come il *fil rouge* che lega tra di loro gli strumenti di comunicazione.

I *social* però servono anche per approfondire questi "caratteri identitari", evidenziando gli elementi tangibili e intangibili del patrimonio naturale e culturale del territorio e che fanno delle Alpi Giulie una Riserva della Biosfera dove è presente un forte legame tra uomo e natura: ciò avviene attraverso la diffusione di *link* agli articoli pubblicati sul sito, agli eventi, manifestazioni e attività in realizzazione.

Sui social media inoltre si deve dare visibilità a quelle progettualità in corso che rendono il territorio vivo, in particolare a quelle attività che consentono di raggiungere gli Obiettivi Globali di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 e per le quali le Riserve della Biosfera costituiscono laboratori di innovazione.

Anche attraverso i social media si può meglio sottolineare la distinzione tra il Parco Naturale - il cui obiettivo primario resta la conservazione della natura - e Riserva della Biosfera - dove invece ci si concentra maggiormente sul rapporto uomo-ambiente, in ottica di crescita sostenibile.

Le numerose funzionalità offerte dai nuovi strumenti di comunicazione infine, consentono di rappresentare efficacemente l'appartenenza della Riserva della Biosfera ad un network mondiale: rilanciare un contenuto di un altro territorio amplia visibilità e punti di vista, trasmettendo ancora una volta che il territorio della riserva della Biosfera è parte di qualcosa di più grande. Le connessioni che si vengono a creare sono strumenti utili per collegare il territorio delle Alpi Giulie anche al brand UNESCO, con le ricadute in termini di immagini e attrattività.

Per tutte queste ragioni la Riserva della Biosfera Alpi Giulie ha provveduto nel 2020-2021 ad attivare ed animare tre canali social: facebook, instagram e youtube, che si descrivono nel dettaglio come segue e che si propone, con l'attuazione del presente piano, diventino sempre più centrali.

Facebook - @parconaturale.prealpigiulie - <https://www.facebook.com/parconaturale.prealpigiulie/>

La pagina Facebook della Biosfera, allo stesso modo del sito, coincide con quella del Parco. Lo spazio viene aggiornato quasi giornalmente con notizie interessanti per chiunque scelga di visitare questi luoghi ma anche con informazioni utili circa eventi ed iniziative organizzate nel territorio.

Altre pubblicazioni riguardano notizie relative ai temi ambientali e della sostenibilità che interessano l'area in oggetto o che rappresentano esempi di buone pratiche per il territorio delle Alpi Giulie. Molti post hanno invece la funzione di aggiornare gli utenti circa le attività che si stanno sviluppando o alle quali i soggetti del Parco e della Biosfera parteciperanno.

La pagina rappresenta uno strumento molto incisivo anche per promuovere eventi o appuntamenti organizzati nel e per il territorio, in quanto negli ultimi anni ha ottenuto un seguito di circa 15 000 persone.

Account Instagram - @parcoprealpigiulie - <https://www.instagram.com/parcoprealpigiulie/>

Il profilo risulta meno attivo rispetto alla pagina Facebook in quanto si presta meno alla divulgazione delle informazioni che l'ente vuole condividere, ma i contenuti risultano diversificati rispetto a quelli dei post pubblicati nel canale Facebook. Questa modalità determina una comunicazione comunque efficace in quanto diversificata rispetto ad una situazione che vede una uguale pubblicazione di contenuti in entrambi gli account social.

Le pubblicazioni in Instagram vengono condivise circa una volta al mese, dando spazio ad immagini rappresentative la flora e la fauna caratterizzanti la Biosfera delle Alpi Giulie, i paesaggi durante le stagioni dell'anno e gli sport *outdoor* che è possibile praticare in questi luoghi. Immagini evocative che trasmettono la bellezza ed il rapporto uomo - biosfera.

L'account Instagram conta 252 post condivisi e più di 2000 follower che seguono il profilo.

YouTube - Parco naturale delle Prealpi Giulie - <https://www.youtube.com/channel/UCVHyh6OCxI5T0QSkx7WMOw/featured>

Il Canale della Riserva della Biosfera conta 1820 iscritti e circa 600 000 visualizzazioni totali.

In questo spazio vengono pubblicati video di presentazione del territorio, video relativi a dirette social o webinar pertinenti temi interessanti a livello di fauna autoctona, video degli incontri tematici nell'ambito dello sviluppo del Piano d'Azione e brevi filmati raffiguranti eventi tenutisi nella Biosfera o attività particolarmente interessanti svolte nel territorio per le quali è importante dare visibilità anche all'esterno della Riserva della Biosfera.

È in corso l'ottimizzazione dei sistemi di rendicontazione dei download e degli accessi agli strumenti web e social. Inoltre, la Riserva della Biosfera sta lavorando per rendere sempre più efficace la comunicazione della RB e facilitare l'utenza del sito internet.

I video ed il cortometraggio "Proud to Share" delle Alpi Giulie

Obiettivi	Target
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie	Tutti

La strategia di comunicazione condivisa presentata nell' "UNESCO MAB – Global Communication Strategy and Action Plan" può essere esemplificata e riassunta nel claim "MAB IS PROUD TO SHARE" – "Orgogliosi di condividere".

In Italia, tutte le Riserve della Biosfera hanno partecipato a un workshop di due giorni che si è svolto a Sabaudia (LT) il 29-30 ottobre 2019 organizzato dal Programma MAB UNESCO in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente, finalizzato ad illustrare l'"UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan" e in particolare a fornire strumenti operativi per realizzare una "foundation story" e un cortometraggio "MAB is Proud To Share".

La Riserva della Biosfera Alpi Giulie, a seguito di questo workshop, ha realizzato la propria foundation story nella collaborazione con l'altra Riserva della Biosfera presente nella Regione Friuli Venezia Giulia: Miramare e costa di Trieste.

Partendo da qui, anche la Riserva della Biosfera Alpi Giulie ha dato il proprio contributo al racconto della rete delle Riserve della Biosfera, attraverso la propria "storia", dando voce ai membri della comunità locale, con l'obiettivo di coinvolgere le persone e di condividere i valori del Programma MAB. Lo strumento utilizzato è stato il cortometraggio, modalità efficace nella comunicazione di ciò che un territorio può offrire e condivisibile facilmente nei social media.

Il cortometraggio "MAB is Proud To Share" della riserva della Biosfera delle Alpi Giulie, è visibile sul canale YouTube della Riserva della Biosfera: <https://www.youtube.com/watch?v=UOPq1ebX20k>





E' stato inoltre prodotto un video descrittivo della Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie, che presenta i valori, la governance e le attività della Riserva e come essa promuova un rapporto equilibrato tra uomo e ambiente attraverso la tutela della biodiversità e le buone pratiche dello Sviluppo Sostenibile. Il video è reperibile a questo link: <https://www.youtube.com/watch?v=EOL94rs8UfE>



Sono stati poi realizzati alcuni altri video per la promozione e la divulgazione della Riserva della Biosfera e dei suoi valori anche dalla Consulta dei Giovani della Riserva della Biosfera, visibile a questo link: <https://www.facebook.com/watch/?v=752301935305415>



Il materiale realizzato nell'ambito di #MABISPROUDTOSHARE rappresenta il primo di una serie di altri materiali video che verranno proposti nelle attività di comunicazione della Riserva della Biosfera e nei quali si racconteranno i caratteri identitari e che ne hanno permesso il riconoscimento.

Con questo Piano di Comunicazione, infatti, la Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie riafferma le potenzialità dello strumento video, programmandone per il futuro delle nuove realizzazioni che approfondiscano peculiarità territoriali o comunitarie specifiche.

Newsletter

<u>Obiettivi</u>	<u>Target</u>
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a “far propri” gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p> <p>H - Avvalersi del potenziale del brand della Riserva della Biosfera in termini di attrattività della destinazione «Alpi Giulie» e dei suoi prodotti</p> <p>I - Favorire una comunicazione sinergica ed integrata con le Alpi Giulie slovene nell'ottica della Riserva della Biosfera transfrontaliera</p>	<p>Tutti</p>

La Newsletter è uno strumento molto utile per mantenere un rapporto diretto con le persone più interessate. Spesso le persone non hanno l'abitudine di controllare gli aggiornamenti sul sito e sui social media: così anche la più importante delle notizie può passare inosservata. Con una Newsletter, invece, rispettando le regole di gestione di una mailing list in conformità al GDPR, si è certi di arrivare nella casella di posta dei destinatari: con tutti i progetti e le attività realizzati nell'ambito della Riserva della Biosfera, potendo creare attorno ad essi partecipazione ed interesse, grazie al fatto che le persone iscritte alla Newsletter sono “naturalmente” interessate perché hanno scelto di iscriversi di propria volontà. La Newsletter della Riserva della Biosfera è lo strumento attraverso il quale diffondere i contenuti del sito web, soprattutto gli articoli e gli aggiornamenti, contribuendo tra l'altro a generare traffico sul sito. Viene inviata a cadenza periodica tramite una piattaforma online di *email marketing* scelta dal soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera. Tale piattaforma integra anche la possibilità di monitorare il comportamento dei destinatari (percentuali di apertura, tempi di lettura, click sui link ecc.) dando la possibilità di migliorare la capacità comunicativa della Newsletter. Inoltre la Newsletter, una volta raggiunto un numero significativo di iscritti, può essere usata per profilare e raggiungere in modo più diretto alcuni gruppi o segmenti di essi, che diventano destinatari di comunicazioni *ad hoc* sempre più in linea con i loro interessi.

Attualmente è attiva una **newsletter del Parco Naturale delle Prealpi Giulie**, a cui è possibile iscriversi facilmente accedendo direttamente all'interfaccia principale del sito web.



Si tratta di uno strumento di aggiornamento informativo periodico che l'ente invia tramite posta elettronica agli utenti iscritti per aggiornarli circa le proprie attività o notizie inerenti l'area o altre realtà in relazione con le Alpi Giulie o rappresentanti esempi virtuosi. Con l'obbiettivo di distinguere sempre di più anche negli ambiti comunicativi il Parco dalla Riserva della Biosfera, sarà importante distinguere gli invii in due newsletter differenti. Per la messa a sistema della newsletter della Riserva della Biosfera si invierà inizialmente un invio all'indirizzario del parco che dia informazione del nuovo strumento ed inviti alla sottoscrizione. Nonostante infatti questo possa comportare una difficoltà iniziale (sarà necessario costruire un nuovo database di indirizzi), questo permetterà poi di organizzare l'informazione in modo più mirato e plurale e quindi più efficace ed efficiente.

La Newsletter dovrà:

- avere un *visual* coordinato con il sito;
- riportare tutti i loghi ufficiali in modo che la sua provenienza istituzionale sia chiara e le conferisca autorevolezza;
- riportare i collegamenti al sito e ai profili social;
- riportare i contatti, incluso l'indirizzo del sito web;
- offrire la possibilità di cancellarsi dalla *mailing list* in qualunque momento.

Le newsletter potranno essere:

- monotematiche qualora sia necessario informare e veicolare un messaggio specifico (l'avvio di un particolare progetto, una notizia molto importante,...);
- pluritematiche, riportando l'incipit delle ultime tre/quattro notizie con il link all'articolo completo quando si vuole dare dell'ultimo periodo una panoramica di tutto ciò che è stato fatto.

Flyer

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie	Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato Imprese	Visitatori

Per flyer si intende un pieghevole di poche ante in duplice lingua (normalmente italiano e inglese, ma si può valutare di elaborarne una specifica in italiano e sloveno oppure valorizzando le specificità linguistiche locali). Questo strumento è finalizzato a veicolare nel modo più ampio possibile alcuni obiettivi di comunicazione il cui raggiungimento è strategico per la buona attuazione del Piano di Comunicazione.

I contenuti inseriti nel pieghevole devono essere presi dalla Foundation Story a cui vanno aggiunti:

- un paragrafo sulla governance
- un paragrafo sul network mondiale MAB
- il riferimento agli UN SDGs che può essere mutuato dal video #MABISproudToShare;
- i contatti - senza dimenticare il riferimento al sito web, alla newsletter e ai canali social.

La stampa deve possedere certificazione di sostenibilità (FSC o PEFC) per coerenza con i valori promossi dalla Riserva della Biosfera.

Il flyer sarà oggetto di un piano di distribuzione capillare, che preveda anche il rifornimento del materiale una volta esaurito, destinato a:

- Sedi centrale e decentrate del Parco Naturale;
- Punti di informazione e di accoglienza turistica;
- Esercizi commerciali;
- Sedi delle associazioni culturali, ricreative e sportive;
- Sedi delle associazioni di categoria;
- Istituti scolastici e sedi universitarie.

Brochure

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E - Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p>	<p>Enti Pubblici Locali</p> <p>Governance RB</p> <p>Insegnanti</p> <p>Media Locali</p> <p>Altri Community leaders</p> <p>Associazioni di categoria</p>	<p>Università e R&S</p> <p>Scuole</p> <p>Network MAB</p>

La brochure è una pubblicazione di circa una dozzina di facciate in formato maneggevole (normalmente in A4), caratterizzata da un aspetto editoriale curato e da una grafica accattivante, la cui finalità è quella di presentare con esaustività la Riserva della Biosfera a target selezionati e rappresentativi di interlocutori. In particolare la brochure sarà destinata ad essere distribuita in occasioni quali convegni, seminari, fiere, ma anche a incontri del network MAB UNESCO a livello nazionale ed internazionale. Destinatari di questa brochure saranno – in particolare- persone che, per il ruolo che rivestono, possono farsi portavoce dei valori della Riserva della Biosfera all'interno e all'esterno del suo territorio.

Oltre a riportare la Foundation Story, la governance e il riferimento al network mondiale (come nel flyer visto in precedenza), la brochure deve contenere in aggiunta le seguenti informazioni:

- caratteristiche della Riserva della Biosfera (perimetrazione; funzioni; logistica) – tali contenuti possono essere mutuati dalle pagine del sito web dedicate;
- peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali, quali gli ambienti, la natura, i monumenti e i manufatti tipici del luogo, il lavoro dell'uomo, l'ospitalità;
- connessioni con gli UN SDGs;
- possibilità di fruizione del territorio.

La brochure deve essere realizzata almeno in due versioni linguistiche: italiano e inglese. Visto le specificità del percorso di allargamento in via di realizzazione, potrà esserne valutata l'elaborazione di una specifica versione in italiano e sloveno. Come per il flyer si dovrà prestare attenzione alla sua stampa certificata FSC o PEFC.

Totem

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco	Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Residenti e Visitatori abituali	Visitatori Scuole

I totem sono uno strumento utile per promuovere la conoscenza del riconoscimento MAB UNESCO poiché sono attraenti per il visitatore, il quale quindi è più portato ad avvicinarvisi e informarsi. Posizionati all'interno dei Punti Informativi del Parco, delle sedi comunali e delle strutture museali locali, sono fondamentali per favorire la riconoscibilità della Riserva della Biosfera.

I totem saranno piccoli allestimenti caratterizzati da una struttura leggera, economica ed in grado di essere spostata agevolmente. Ricchi di foto e immagini del territorio, dovranno distinguersi per l'appeal visivo, e saranno strutturati concettualmente in tre parti distinte, ognuna riferita a un tema diverso; pensando ad un tetraedro come possibile figura geometrica con cui comporre il totem e valutando le quattro diverse facce di cui è composto, queste potrebbero rappresentare ad esempio:

- i valori della Riserva della Biosfera MAB UNESCO;
- informazioni generali sul programma MAB UNESCO e sul riconoscimento a Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie;
- Link a sito web e social;
- QR Code con collegamento al video MAB IS PROUD TO SHARE.

Roll-up banner

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco	Enti Pubblici Locali Governance RB	-

I roll-up banner sono strumenti estremamente utili quando si organizzano eventi pubblici o si prende parte ad essi, per la loro versatilità: indicano e delimitano visivamente lo spazio nel quale si sta entrando, sia esso la sala di un convegno o lo stand in una fiera.

Il roll-up può essere usato facilmente anche dietro le postazioni mentre si partecipa a convegni o webinar online per facilitare la riconoscibilità del soggetto che parla.

Si suggerisce di realizzare un set di roll-up, composto da 6 elementi, in due versioni linguistiche (italiano e inglese). In dettaglio:

- solo brand ed immagini della Riserva della Biosfera
- la carta di identità della Riserva della Biosfera Alpi Giulie (Programma MAB UNESCO; perimetrazione/zonizzazione, governance...)
- la biodiversità dell'area
- i valori antropici dell'area (lavori, tradizioni, prodotti tipici)
- gli elementi storici/architettonici/culturali (musei, monumenti, centri storici)
- le possibilità di fruizione della Riserva della Biosfera (birdwatching, bicicletta, trekking, canyoning, ecc.)

Tramite questi semplici strumenti è possibile contribuire a costruire, nella comunità locale e negli stakeholder, la consapevolezza dell'esistenza della Riserva della Biosfera come entità separata rispetto al Parco Naturale, quindi afferente a capacità e funzioni distinte.

Cartelli stradali

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco	Enti Pubblici Locali Residenti e Visitatori abituali	Visitatori

I cartelli sono pannelli da apporre a debita distanza dalle indicazioni di ingresso situate all'interno di un territorio comunale, che riportano il logo istituzionale insieme ad una scritta che annuncia di essere all'interno del territorio della Riserva della Biosfera Alpi Giulie o ne riporta i valori.

Sebbene si tratti di uno strumento essenziale dal punto di vista comunicativo, i cartelli hanno indubbiamente un forte impatto sulla comunità residente poichè aumenta la consapevolezza dell'appartenenza alla Riserva della Biosfera, grazie alla visualizzazione quotidiana di tali pannelli.

Tale strumento di comunicazione è rivolto in realtà anche ai visitatori e potrà contribuire ad accrescere in loro la consapevolezza dell'importante riconoscimento di cui il territorio è insignito, stimolandoli alla partecipazione ad una loro tutela attiva.

Gadget

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p>	<p>Studenti s. primarie</p> <p>Studenti s. secondarie</p> <p>Residenti e Visitatori abituali</p> <p>Ass. di Volontariato</p>	<p>Visitatori</p> <p>Scuole</p>

I gadget rappresentano uno strumento che contribuisce in modo sostanziale a creare una efficace azione di marketing territoriale, grazie alla valorizzazione dell'esperienza di chi si è già recato in un luogo nei confronti della sua rete relazionale che invece non vi si è recata.

Esiste una moltitudine di opzioni tra cui scegliere quando si pensa di realizzare i gadget. E' importante non perdere di vista la coerenza con i valori della Riserva della Biosfera, prestando attenzione alla loro durevolezza, qualità, utilità, riusabilità nonché verificando se la promozione di alcuni gadget possa supportare l'adozione di buone pratiche comportamentali nelle aree della Riserva della Biosfera (es: una borraccia evita l'impiego di bottigliette di plastica generando un beneficio ambientale e una riduzione della produzione di rifiuti). E' importante verificare anche l'impatto dei materiali con cui questi gadget sono realizzati, privilegiando materiali frutto di riciclo o comunque che abbiano un basso impatto ambientale nelle fasi di produzione, trasporto distribuzione.

Tra i gadget idonei a una Riserva della Biosfera ci sono quelli correlati all'outdoor (es: T-shirt, cappello, felpa, bandana, borraccia, zainetto, telo da mare) oppure accessori connessi alle principali vocazioni turistiche del territorio (outdoor, bike, trekking, arrampicata, canyoning...). La scelta di questo tipo di gadget consente la diffusione del brand in successive situazioni/luoghi in cui tali attività outdoor sono praticate, dove il gadget può suscitare l'interesse di altri visitatori potenzialmente interessati ad una esperienza analoga nelle Alpi Giulie.

La vendita dei gadget dovrà essere organizzata in modo efficace, seguendo precisi criteri: può essere prevista nei centri di informazione turistica o nei bookshop dei musei del territorio, ma anche presso strutture ricettive e negozi specializzati, ai quali verrà garantita una marginalità.

In particolare, la distribuzione dei gadget potrebbe essere un utile modo di fare rete con, ad esempio:

- Esercizi ricettivi
- Stabilimenti balneari
- Esercizi commerciali
- Porti turistici
- Bookshop di musei/siti archeologici
- Navi traghetto

Campagne pubblicitarie web

<u>Obiettivi</u>	<u>Target</u>
Diffondere gli strumenti e le attività di comunicazione	Segmentare in base a esigenze

Grazie ai suoi grandi punti di forza – totale tracciabilità e dinamicità di gestione – le campagne pubblicitarie sul web sono una grande opportunità da cogliere.

Non richiedendo una grande pianificazione, possono essere impiegate in base alle necessità per dare maggiore visibilità a una iniziativa, per coinvolgere un maggior numero di persone o per aumentare progressivamente il “seguito” dei canali social della Riserva della Biosfera.

Le campagne pubblicitarie sul web possono essere impiegate per raggiungere target molto specifici, per caratteristiche demografiche, ma anche per interessi e comportamenti; questo grazie a un costante miglioramento degli strumenti di profilazione sulle principali piattaforme di *advertising online*: *Facebook Ads* e *Google AdWord*, che oggi consentono anche di profilare la presenza di una persona in un dato luogo e in un dato periodo.

Tutti i risultati delle campagne sono disponibili in tempo reale: in questo modo ci si può rapidamente rendere conto se c'è qualcosa che non sta funzionando e si può sospendere o modificare la campagna in oggetto. Si possono fare anche interessanti sperimentazioni (tra i quali il più noto è quello di creare due inserzioni diverse in una stessa campagna, cambiando contenuti multimediali e testi, e vedere quale riceve più clic dal target che si è definito).

Le campagne pubblicitarie possono essere impiegate anche per far crescere il pubblico dei canali web. Tipicamente, quando i canali sono appena creati (un sito *web*, una pagina *Facebook*) per avere più visitatori o più *follower* si può ricorrere a questo strumento, per raggiungere più rapidamente una massa critica di persone tale da rendere efficaci le azioni comunicative (ad esempio, fare tanti post su una pagina Facebook con pochi Mi Piace non è un buon investimento: a fronte del tempo impiegato per predisporre i post le visualizzazioni saranno molto limitate). Un ottimo obiettivo per una campagna pubblicitaria online è ad esempio quello di aumentare il numero di iscritti alla *Newsletter*.

Se le campagne hanno l'obiettivo di ampliare la conoscenza dell'area, rivolgendosi in particolare a visitatori e turisti, si consiglia di ideare campagne pubblicitarie direttamente nelle lingue madre dei visitatori potenzialmente più presenti nell'area, in particolar modo per quanto riguarda la promozione integrata del territorio ai potenziali visitatori.

6.2 Attività di comunicazione

Comunità Redazionale diffusa

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
<p>D – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E – Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p> <p>F – Stimolare le comunità locali e i visitatori a “far propri” gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p> <p>G - Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie</p>	<p>Altri Community leaders</p> <p>Imprese</p> <p>Studenti s. secondarie</p> <p>Giovani under 30</p> <p>Residenti e visitatori abituali</p> <p>Ass. di volontariato</p>	<p>Visitatori</p> <p>Giovani Under 30</p>

Per stimolare nei giovani il desiderio di scoprire le eccellenze ambientali e culturali delle Alpi Giulie, ma anche di raccontare le storie delle comunità che vivono la Riserva della Biosfera, alla costante ricerca dell’equilibrio tra uomo e natura, all’inizio del 2023 è prevista l’attivazione di una “Comunità Redazionale diffusa”, ovvero: *un insieme di più soggetti distinti che, adeguatamente formati, dotandosi di regole e metodi comuni, gestiscono e aggiornano in modo unitario e cooperativo strumenti di web marketing, con l’obiettivo comune di promuovere un territorio e/o dei prodotti.*

La Comunità Redazionale diffusa, composta da giovani under 30 residenti o visitatori abituali o affezionati alle Alpi Giulie per motivi di vacanza, avrà il compito di contribuire ad alimentare il sito web e i canali *social* della Riserva della Biosfera, animandoli con storie e contenuti multimediali, mettendo in pratica le tecniche di *Storytelling* sintetizzate nella parte iniziale di questo documento.

Affinchè diventino una Comunità Redazionale diffusa, i giovani saranno opportunamente formati, previa selezione tramite bando del Parco Naturale, mediante alcuni corsi online che approfondiranno sia il piano tecnico (Strumenti di web marketing e gestione di un Piano Redazionale condiviso), sia il piano dei contenuti (il Programma MAB UNESCO e la rete mondiale delle Riserve della Biosfera, le eccellenze naturali e culturali del territorio, la strategia di comunicazione #MABISPROUDTOSHARE), sia il piano degli strumenti (con l’introduzione a programmi di gestione grafica, video editing etc).

Per valutare la fattibilità di questa azione, il 21 giugno 2022 è stato realizzato un incontro preliminare con alcuni rappresentanti della Consulta dei giovani, finalizzato a sondare l’interesse e l’opportunità ad avviare un’attività di questo tipo.

Per la Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie, la comunità redazionale diffusa si comporrrebbe – oltre che da un gruppo composto dai giovani selezionati attraverso una specifica call – anche da alcuni rappresentanti delle amministrazioni e degli uffici tecnici comunali. Questo con l’obiettivo di garantire pluralità e visibilità a tutti i territori che compongono la Riserva, avviandone un coordinamento ed una promozione integrata.

Ciclo di incontri e attività di scambio di buone pratiche (educational tour...)

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
<p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p>	<p>Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Imprese Ass. di categoria Giovani under 30</p>	<p>Giovani under 30 Università e R&S Network MAB</p>

In questi anni importanti attività sono state realizzate con lo scopo di sostenere i **Partenariati attivi con altre Riserve della Biosfera**: la Riserva della Biosfera Alpi Giulie ha partecipato a diversi momenti di confronto con altre Biosfere per lo scambio e condivisione di buone pratiche con altri territori riconosciuti da tale qualifica.

Nel 2019 ha partecipato al "Meeting italiano delle Riserve della Biosfera" presso la Riserva della Biosfera del Monviso, nel 2020 all'iniziativa di scambio di esperienze con la Biosfera del Ticino e del Monte Grappa. Dal 4 al 6 novembre 2021 alcuni rappresentanti delle Alpi Giulie hanno preso parte al "Meeting italiano delle Riserve della Biosfera" presso la Riserva della Biosfera Isole di Toscana e partecipato al Progetto "PARlaRE di ..." realizzato dall'ufficio UNESCO di Venezia. In questo progetto, sviluppato con l'intento di approfondire le specifiche legate al tema della "PAndemia e REsilienza nelle Riserve della Biosfera e nei Geoparchi Mondiali UNESCO in Italia", si sono indagati sia gli impatti che le buone pratiche e le soluzioni di resilienza sviluppate in reazione all'emergenza sanitaria; la Riserva della Biosfera ha contribuito allo sviluppo delle attività di progetto partecipando alla fase di "Survey", realizzata tra gennaio e marzo 2021. Alcuni rappresentanti delle Alpi Giulie inoltre hanno partecipato ai meeting biennali dei network territoriali.

In questo frangente questo Piano della comunicazione vuole evidenziare l'importanza di identificare delle modalità operative e concrete per continuare a coltivare questa rete di relazioni ed incrementarne l'efficiacia. In questo ambito quindi i cicli di incontri e/o webinar con rappresentanti delle Riserve della Biosfera italiane e straniere (in particolare europee e del bacino mediterraneo) sono un modo per far conoscere le potenzialità del Programma MAB UNESCO e le opportunità che questo riconoscimento dà a chi vive e opera sul territorio. Attività di questo tipo rendono più evidenti sul territorio delle Alpi Giulie come il riconoscimento MAB UNESCO valorizzi le realtà territoriali e potenzi il dialogo tra soggetti pubblici e privati, avviando progettualità congiunte e partnership. Per "rappresentanti" non sempre si intende soggetti istituzionali, possono essere anche privati cittadini, imprese, associazioni, chiunque sia in grado di trasmettere il valore aggiunto che l'essere Riserva della Biosfera è riuscito ad avere.

Per ciascun incontro si individueranno i temi di maggior interesse per le Alpi Giulie e ad esemplificazione di questi, si identificheranno le Riserve della Biosfera più idonee per affrontare tale tematica. Coinvolgere soggetti esterni al territorio serve per raccogliere spunti e nuove idee su come affrontare problemi e questioni simili, cambiando il punto di vista. Soprattutto, avere ospiti esterni aiuta a ricordare che grazie al Programma MAB UNESCO si è parte di un Network Mondiale fondato sulla collaborazione e lo scambio di buone pratiche tra Riserve delle Biosfera.

In questo modo si possono riscoprire i valori del territorio che talvolta sono dimenticati e sottovalutati, facendo aumentare il valore identitario e il senso di appartenenza alla Riserva della Biosfera.

Particolare attività sarà posta nell'intensificare il rapporto con **l'omologo territorio in Slovenia**. In questi due ultimi anni la Riserva della Biosfera Alpi Giulie infatti ha lavorato per intensificare i già stretti rapporti con l'omologo Parco in territorio sloveno in modo da costituire un'unica Riserva della Biosfera

transfrontaliera che abbracci tutto il territorio delle Alpi Giulie, ricostituendone l'identità orografica ed ecosistemica e superandone i limiti amministrativi che la contraddistinguono. Con questo obiettivo il 24 luglio 2021 è stato firmato l'accordo di cooperazione per la creazione di un'unica Riserva della Biosfera transfrontaliera delle Alpi Giulie.

Le Alpi Giulie Italiane in questo frangente si sono impegnate a diffondere i valori di cui il Programma MAB UNESCO è portatore, promuovendo a livello locale e con progettualità di cooperazione transnazionale, la rete internazionale delle Riserve della Biosfera, quale network dinamico di territori in cui lo sviluppo sostenibile e la conservazione della propria cultura ed ambiente sono priorità condivise. Nel periodo appena trascorso si sono realizzate attività di comunicazione sulle caratteristiche della rete MAB, sulle motivazioni che hanno portato al riconoscimento del territorio delle Alpi Giulie nella rete di Riserve della Biosfera, sulle sfide, sull'impegno e sulle opportunità che questa appartenenza porta con sé.

Eventi culturali e attività inclusive di educazione ambientale

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
<p>A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice</p> <p>B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco</p> <p>C - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di territori di eccellenza</p> <p>D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie</p> <p>E - Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali</p> <p>F - Stimolare le comunità locali e i visitatori a "far propri" gli obiettivi di conservazione e sviluppo sostenibile della Riserva della Biosfera e ad adeguare i propri comportamenti al loro rispetto e perseguimento</p> <p>G - Ispirare i giovani a percorsi di crescita personale e professionale coerenti con i principi del programma MAB UNESCO e che offrano loro opportunità per costruire il proprio futuro nel territorio delle Alpi Giulie</p>	<p>Enti Pubblici Locali</p> <p>Governance RB</p> <p>Insegnanti</p> <p>Imprese</p> <p>Ass. di categoria</p> <p>Giovani under 30</p>	<p>Giovani under 30</p> <p>Università e R&S</p> <p>Network MAB</p>

In questi anni, nonostante le limitazioni dettate dall'emergenza pandemica, si sono organizzate molte iniziative che coniugano natura e cultura attraverso differenti modalità: feste popolari, momenti conviviali, iniziative artistiche, mostre d'arte, passeggiate naturalistiche, visite guidate ai musei, attività outdoor finalizzate a far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice. Solo nel 2021 queste attività hanno coinvolto più di 500 persone.

Tante azioni puntuali che con una visione d'insieme comunicano in modo concreto alla comunità locale ed ai visitatori le caratteristiche e gli obiettivi del Programma MAB UNESCO e le motivazioni per le quali le Alpi Giulie sono state riconosciute Riserva della Biosfera. Anch'esse possono essere a tutti gli effetti considerate iniziative di approfondimento e conoscenza del territorio che passa e viene recepito attraverso modalità visive e partecipative. Si riassumono di seguito le principali azioni realizzate che questo piano valorizza indicando l'opportunità di dare loro continuità ed implementazione, allargandone la platea di soggetti coinvolti ed amplificandone le modalità di realizzazione.

Attività di educazione ambientale

Durante questi anni si sono sviluppate e consolidate numerose partnership con Istituti scolastici e centri di educazione, che hanno portato alla realizzazione di attività di educazione ambientale e di divulgazione dei valori della Biosfera. Queste azioni, nel solo anno scolastico 2020-2021 hanno coinvolto in 277 ore di attività oltre 600 partecipanti. Nell'ambito della diffusione dei valori fondanti della Riserva della Biosfera, sono in atto collaborazioni con: il Museo di Trento, il Museo Friulano di Storia Naturale, l'Università di Udine, la Cooperativa Guarnerio e l'ISIS "Magrini-Marchetti" di Gemona del Friuli.

Per progetti legati agli ambiti relativi ai principi di conservazione attiva e di gestione sostenibile delle risorse, sono in essere collaborazioni con: Associazione Culturale Val Aupa "La Cort dai Gjats", Associazione per l'Ape Carnica Friulana, LRA, Laboratorio Apistico Regionale, CEA Mulino Cocconi - Ecomuseo delle Acque del Gemonese, Consulta Giovani della Riserva MAB Alpi Giulie, Guarnerio Soc.

Coop. Si propone con questo piano di continuare questa attività formativa e informativa realizzata in collaborazione con i portatori di interesse del territorio.

Junior Rangers

Il progetto Junior Rangers è un'iniziativa della Federazione Europarc avviata nel 2007, con l'obiettivo di coinvolgere i giovani residenti nei territori delle aree protette nelle attività delle stesse. Questo anche al fine di formare una nuova classe locale di futuri gestori di parchi e riserve naturali.

Da giugno 2019, momento in cui l'area di 11 Comuni della montagna friulana (Artegna, Chiusaforte, Dogna, Gemona, Lusevera, Moggio Udinese, Montenars, Resia, Resiutta, Taipana e Venzone) è stata dichiarata dall'UNESCO Riserva della Biosfera "Alpi Giulie Italiane", si è ritenuto di allargare il progetto a tutti i comuni della Riserva della Biosfera.

Il programma delle attività è pensato per ragazze e ragazzi di età compresa fra i 12 e 14 anni residenti nei suddetti Comuni. I ragazzi sono seguiti da guide naturalistiche specializzate e coordinati da personale individuato dall'Ente Parco per conoscere più approfonditamente l'area delle Alpi Giulie.

Durante il campo vengono fornite ai ragazzi informazioni relative all'Area Protetta, sulle sue caratteristiche ed attività programmate, si effettuano escursioni guidate con esperti del territorio, si eseguono monitoraggi e piccole azioni pratiche dedicate alla tutela ed alla manutenzione dell'area, si praticano attività sportive e ludiche.

Questo tipo di esperienze risultano fondamentali per conferire consapevolezza ai giovani e renderli divulgatori dell'importanza di questi riconoscimenti e di come possano plasmare il territorio secondo il principio di sviluppo sostenibile e della partecipazione. Si propone con questo piano di continuare ed implementare questa attività formativa esperienziale realizzata in collaborazione con i portatori di interesse del territorio.

Tirocini universitari

Il Parco collabora con numerose Università fin dalla sua istituzione. Le attività portate avanti congiuntamente riguardano sia la formazione, sia la ricerca e la realizzazione di progetti. Il rapporto è particolarmente intenso con gli Atenei della Regione Friuli Venezia Giulia (Udine e Trieste). Con l'Università di Udine è stata stipulata ad inizio 2008 una specifica convenzione quadro finalizzata alla realizzazione di tesi di laurea, svolgimento di attività di formazione e tirocinio, sperimentazione e ricerca, realizzazione di progetti comuni e organizzazione di eventi.

Dal 2008 il Parco indice un bando per premiare le tesi di laurea più meritevoli concernenti l'approfondimento di aspetti relativi al Parco, al suo territorio ed alle sue specificità, nei settori più vari: dalla conservazione della natura all'economia, dall'agricoltura alla cultura, dalla gestione all'informatica.

Iniziative importanti per ridurre la distanza tra giovani studenti ed istituzioni, utili per avvicinarli in modo pratico ai temi ambientali e ricevere nuovi stimoli all'interno della realtà Parco e Riserva della Biosfera.

Si propone con questo piano di continuare ed implementare anche nell'ambito della Riserva della Biosfera, questa attività formativa esperienziale realizzata in collaborazione con i portatori di interesse del territorio.

Youth at the top

Ogni anno l'Ente Parco aderisce all'iniziativa "*Youth at the Top* - i Giovani in Vetta alla riscoperta di un legame più forte con la natura". Si tratta di un progetto promosso da ALPARC¹⁹ che mira a ricreare un

¹⁹ <https://alparc.org/it/>

legame fra i giovani e la montagna, rinsaldando il loro rapporto con la natura circostante in una forma di cittadinanza attiva.

Alla base del progetto, l'idea di realizzare un'esperienza comune e collettiva che si svolgerà in contemporanea tra le località di tutto l'arco alpino, coinvolgendo ragazzi provenienti da sei Paesi diversi - Francia, Italia, Svizzera, Germania, Austria e Slovenia - in un contesto in cui le Alpi vengano idealmente considerate come un'unica grande regione montana.

È un evento dall'importante valenza simbolica a cui anche il Parco naturale regionale delle Prealpi Giulie ha deciso di prendere parte, forte del sostegno della nuova Consulta dei Giovani della Riserva della Biosfera Alpi Giulie e profondamente ispirata agli ideali di riscoperta e valorizzazione di cui lo stesso Youth at the Top si fa portavoce.

L'edizione 2022 avrà come tema comune "L'acqua in tutte le sue forme". Si propone di continuare a partecipare all'iniziativa utilizzando gli strumenti di comunicazione previsti nel presente piano per ampliare la platea di soggetti coinvolti.

Summer School "Sentieri di sostenibilità"

Nel periodo estivo, grazie ad una collaborazione fra le due Riserve della Biosfera MAB UNESCO della regione Friuli Venezia Giulia (Alpi Giulie Italiane e Miramare e Costa Trieste), si tiene questa iniziativa dedicata ai giovani tra i 15 e i 18 anni che risiedono in queste particolari aree per la realizzazione di attività di educazione ambientale. Il tema degli incontri è quello cardine del Programma MAB, ovvero la sostenibilità, intesa su tutti i livelli dello sviluppo umano, con un'attenzione particolare al rapporto che l'uomo ha saputo sviluppare con il proprio territorio.

Le attività prevedono anche due giornate di incontro e collaborazione fra i ragazzi delle due Riserve della Biosfera, articolate in workshop a cui parteciperanno in modo congiunto.

Si propone con questo piano di continuare ed implementare anche nell'ambito della Riserva della Biosfera, questa attività formativa esperienziale realizzata in collaborazione con i portatori di interesse del territorio.

Iniziativa annuale

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A - Far conoscere la Riserva della Biosfera Alpi Giulie e i valori di cui è portatrice B - Far comprendere la differenza tra Riserva della Biosfera e Parco D - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie	Enti Pubblici Locali Governance RB Media locali Altri Community Leaders Residenti e Visitatori abituali	Visitatori Scuole

In occasione dell'anniversario del riconoscimento a Riserva della Biosfera, nel mese di giugno, si propone di organizzare un'iniziativa di condivisione e coinvolgimento della comunità locale e degli stakeholder sui valori che hanno portato il territorio ad ottenere questo importante riconoscimento aumentandone la conoscenza e il senso di appartenenza.

Nell'ambito dell'iniziativa annuale possono essere trattati diversi temi che incidono sullo sviluppo sostenibile delle Alpi Giulie. L'occasione è idonea anche a tracciare un quadro riassuntivo ed efficace di tutte le attività intraprese dalla Riserva della Biosfera e dei principali risultati raggiunti. Al tempo stesso l'attenzione può essere catalizzata su iniziative ancora in essere e/o programmate connesse al riconoscimento MAB UNESCO, per far emergere il valore dell'appartenenza "a qualcosa di più grande".

La "festa di compleanno" potrebbe inoltre essere l'occasione per invitare rappresentanti di altre Riserve della Biosfera con cui avviare nuove progettualità.

Esposizione interattiva itinerante

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
D – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Alpi Giulie E – Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali, economiche e socio-culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali	<i>Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e Visitatori abituali</i>	<i>Network MAB nazionale e internazionale</i>

Al fine di rafforzare l'identità locale e avviare un progetto con le scuole e gli operatori economici del territorio si realizzerà nel corso dei tre anni di validità del Piano di Comunicazione una mostra itinerante che illustri i principali valori delle Alpi Giulie in chiave MAB UNESCO.

Tale mostra dovrà quindi circolare nelle scuole della Riserva della Biosfera, sviluppando delle progettualità didattiche connesse con le scuole del territorio di ogni ordine e grado. La mostra dovrà comunque rimanere aperta al pubblico e possibilmente essere allestita in location/eventi già significativamente frequentati dalla comunità locale.

Infatti, obiettivo della mostra è, tramite la presenza a scuola e nei siti commerciali di maggior afflusso, raggiungere il maggior numero di persone per poter coinvolgere e rafforzare il senso di appartenenza alla Riserva della Biosfera. Il racconto che ne scaturirà, non dovrà mettere in luce solo gli aspetti naturalistici, sebbene rilevanti, ma anche e soprattutto quegli elementi che evidenziano il rapporto uomo-natura e che quindi permeano il territorio e chi ci vive.

A tal proposito, parte della mostra può basarsi su quella realizzata dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare in occasione della presentazione delle Rete delle Riserve della Biosfera italiane a Parigi a Maggio 2019 ed implementata con i pannelli realizzati in occasione del meeting del Monviso realizzato nell'autunno 2019. I contenuti di tale presentazione sono un ottimo strumento per presentare il network mondiale e italiano delle Riserve della Biosfera, ponendosi come contenitore all'interno del quale è inserita la Riserva della Biosfera delle Alpi Giulie.

Ufficio stampa

<u>Obiettivi</u>	<u>Target</u>
Tutti	Media locali

L'attività di ufficio stampa per la Riserva della Biosfera verrà gestita dal soggetto coordinatore in parallelo all'attività già svolta. Si tratta di un'attività molto delicata ed importante per il raggiungimento dell'obiettivo di far comprendere che l'alterità fra Riserva della Biosfera e Parco e veicolare i valori della riserva della Biosfera. Questo richiederà un grande impegno nel veicolare i messaggi corretti ai media locali.

Si suggerisce di realizzare una conferenza stampa di presentazione del Piano della Comunicazione Triennale della Riserva della Biosfera, come occasione per stimolare i media locali a lavorare per far comprendere cosa è la Riserva della Biosfera, perché è importante per la comunità locale, quali opportunità offre (cfr. Foundation Story). In questo contesto potrebbe essere presentato alla stampa il gruppo della Comunità Redazionale diffusa, i cui membri potrebbero essere parte attiva e creativa della costruzione di un nuovo rapporto con la stampa locale.

L'attività di ufficio stampa della Riserva della Biosfera dovrà essere svolta in modo coordinato e sinergico con quella del Parco, caratterizzandosi via via per alcuni elementi distintivi, in particolare la collaborazione con i soggetti membri della governance allargata della Riserva della Biosfera.

Oltre ai media locali l'attività di ufficio stampa si deve necessariamente rivolgere anche ai network MAB UNESCO, nazionale e internazionale.

In definitiva l'ufficio stampa della Riserva della Biosfera dovrà essere gestito con modalità costanti e proattive, inoltrando comunicati stampa e contenuti multimediali differenziati a diverse liste di media e stakeholder, segmentati per area geografica di riferimento e coerenza settoriale al contenuto dell'informazione trasmessa, tra questi vi saranno certamente i media locali, i media nazionali operanti in settori connessi ai valori della Riserva di Biosfera Alpi Giulie, i media internazionali correlati al programma MAB UNESCO (in primis i media del programma stesso). Per gli eventi e le iniziative principali dovranno anche essere indette apposite conferenze stampa.

7. CRONOPROGRAMMA ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Strumenti	Avviato	2023				2024				2025			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Sito web specifico													
Social media													
#MABISPROUD TOSHARE													
Newsletter													
Flyer													
Brochure													
Totem													
Roll-up banner													
Cartelli stradali													
Gadget													
Campagne pubblicitarie web													

Attività	Avviato	2023				2024				2025			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Comunità Redazionale Diffusa													
Cicli di incontri e attività di scambio di buone pratiche													
Eventi culturali e attività di educazione ambientale													
Iniziativa annuale													
Esposizione itinerante													
Ufficio stampa													

8. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il monitoraggio del Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera Alpi Giulie è articolato in due diverse modalità:

- la prima, che avrà cadenza annuale, volta a monitorare l'effettiva attuazione degli strumenti e delle attività previste nonché le performance degli strumenti di comunicazione digitali/cartacei, con la possibilità di aggiornamento e revisione in funzione delle esigenze e delle potenzialità eventualmente intervenute;
- la seconda, in coincidenza con il termine di validità del Piano (ogni 3 anni) finalizzata a verificare l'efficacia del Piano in relazione agli obiettivi esplicitati.

Il **monitoraggio annuale** è strutturato su due livelli:

- Il primo, più semplice e veloce, verifica in modo dicotomico se uno strumento è stato attivato o se una determinata attività è stata svolta andando eventualmente a riprogrammarle nell'anno successivo.
- Il secondo misura le performance degli strumenti e delle attività del piano di comunicazione messe in campo attraverso specifici indicatori:

STRUMENTI	Indicatore di monitoraggio performance
Sito web specifico	l'incremento del traffico attraverso un confronto dell'andamento del sito negli ultimi 12 mesi con i 12 mesi precedenti
Social media	<ul style="list-style-type: none"> • Per quanto riguarda la pagina Facebook: il tasso di crescita dei "Mi piace", il tasso di coinvolgimento dei "Mi piace" (engagement rate) • Per quanto riguarda il canale Instagram: il numero di follower, il tasso di coinvolgimento (engagement rate) Per quanto riguarda il Canale YouTube il numero di iscritti ed il numero di visualizzazione dei video condivisi
Video #MABISPROUDTOSHARE	numero di video realizzati
Newsletter	il tasso di crescita degli iscritti, le percentuali di apertura (open rate) e di clic su un link (clic rate)
Flyer	numero di flyer distribuiti
Brochure	numero di brochure distribuite
Totem	numero di Totem distribuiti
Roll-up banner	numero di volte in cui sono stati utilizzati
Cartelli nei Comuni	numero di cartelli stradali realizzati
Gadget	numero di gadget venduti/distribuiti
Campagne pubblicitarie web	numero di campagne pubblicitarie attivate e esiti ottenuti

ATTIVITÀ	Indicatore di monitoraggio performance
Comunità redazionale diffusa	<ul style="list-style-type: none"> • numero membri della comunità redazionale • numero articoli/post pubblicati
Cicli di incontri e attività di scambio di buone pratiche	<ul style="list-style-type: none"> • numero di incontri • numero di partecipanti agli incontri
Eventi culturali e attività di educazione ambientale	<ul style="list-style-type: none"> • numero di iniziative realizzate • numero di partecipanti alle iniziative realizzate
Iniziativa annuale	<ul style="list-style-type: none"> • numero di partecipanti all'iniziativa
Esposizione itinerante	<ul style="list-style-type: none"> • numero di diversi allestimenti • numero di giorni di allestimento • numero di visitatori (o stima)
Ufficio stampa	<ul style="list-style-type: none"> • numero dei Comunicati stampa • numero di articoli pubblicati su media locali e nazionali

Il **monitoraggio triennale**, invece, sarà sviluppato mediante due indagini:

- un'indagine rivolta alla comunità locale, svolta mediante focus group con gruppi omogenei di stakeholder, finalizzata a comprendere:
 - Quanto conoscono e seguono gli strumenti di comunicazione della Riserva della Biosfera
 - Quanto comunicano a loro volta l'essere parte di una Riserva della Biosfera
 - Se è stata compreso il valore del riconoscimento a Riserva della Biosfera e le sue caratteristiche
 - La valutazione che viene espressa sull'operato della Riserva della Biosfera
 - Quanto gli stimoli dati dalla Riserva della Biosfera abbiano contribuito ad un miglioramento delle loro performance di sostenibilità;
- un'indagine rivolta ai visitatori, mediante questionari (on-line e cartacei) finalizzati a comprendere:
 - Se abbiano compreso di essere all'interno di una Riserva della Biosfera e cosa ciò significhi
 - Se il riconoscimento a Riserva della Biosfera Alpi Giulie abbia influenzato la loro scelta di viaggio prima di venire
 - Se, una volta arrivati sul territorio, la comunicazione della Riserva della Biosfera abbia influenzato le loro scelte di visita
 - Se l'aver saputo di essere in una Riserva della Biosfera abbia incrementato la loro attenzione a tenere comportamenti sostenibili.