

WORKSHOP
GRUPPI DI AZIONE LOCALE
La comunicazione Leader
e la strategia di comunicazione dei GAL

Mestre, 06 Marzo 2018



Contenuti

1. comunicazione=integrata nell'organizzazione
2. le regole
3. gli strumenti
4. una buona pratica – pillole rurali (e non solo)
5. risultati a Marzo 2018

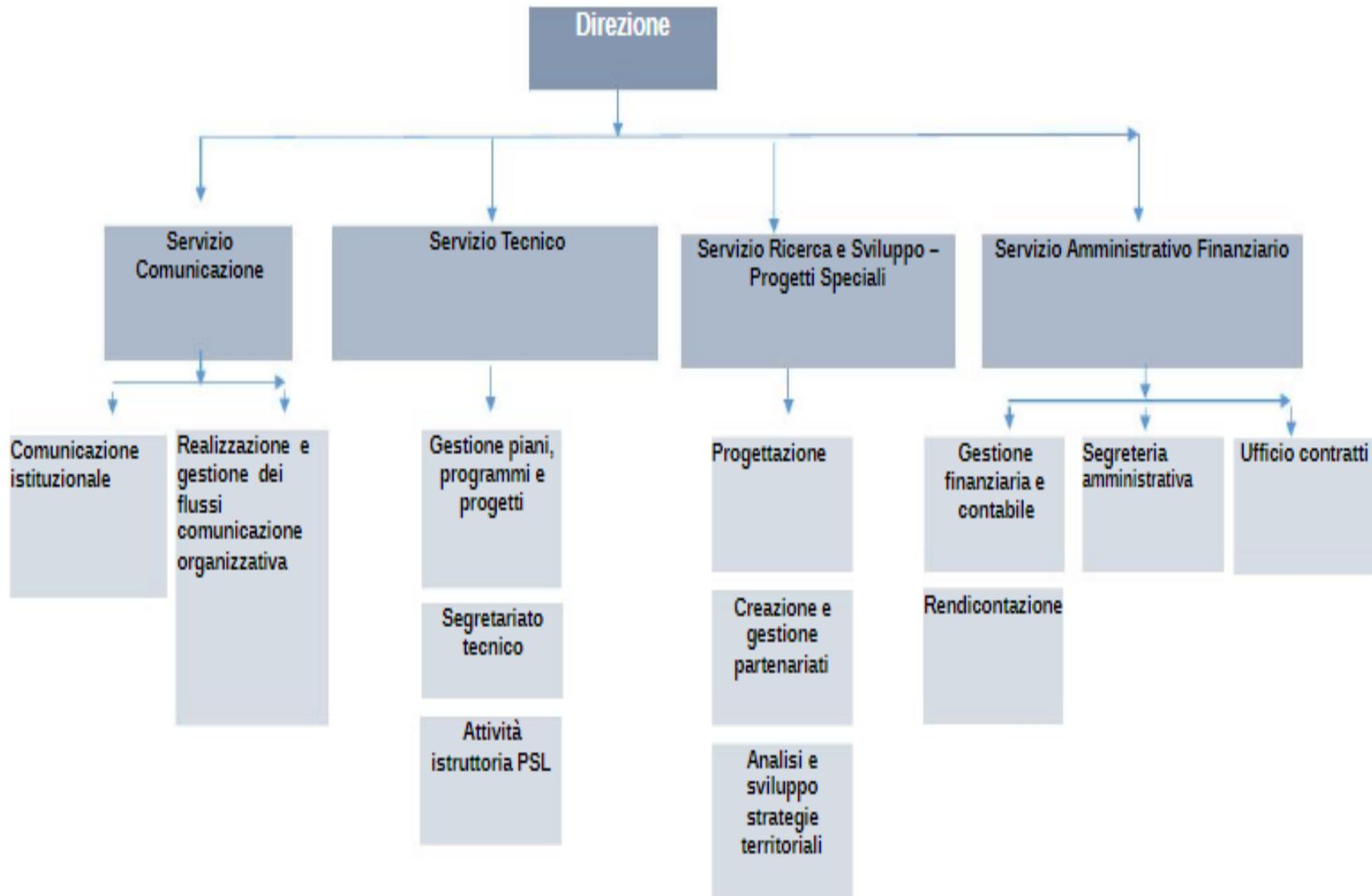
Pienamente interiorizzata nell'organizzazione come «Servizio di Comunicazione»



La comunicazione è parte della più ampia azione informativa e di animazione



Non è mai concepita come scomposta in «campagna» o «attività slegata».





- opera in sinergia e collaborazione con gli altri servizi della Società (Servizio Tecnico, Ricerca e Sviluppo, Amministrativo)
- la funzione comunicativa è interiorizzata come parte costante dell'operato del GAL
- basata su una pianificazione costante e sostanziosa (in termini di contenuti)



Cosa va comunicato?



Il PSL e le attività correlate
La Società
Le attività del partenariato
L'approccio LEADER

Con quali strumenti?



Scegliere lo strumento più adatto e impostare un format per le comunicazioni più regolari

Quando e con chi?



Scegliere il servizio che fornisce le informazioni
Validazione
Con quali tempistiche e tempestività

**PER ORGANIZZARE LA COMUNICAZIONE
ORDINARIA E QUELLA STRAORDINARIA**

GLI STRUMENTI



Sito web

www.galpatavino.it



Social

Fb

YouTube



Newsletter



**Comunicati
conf.
stampa**



**Incontri
pubblici**

**Ogni strumento ha già una destinazione d'uso in base al
contenuto**

Gli strumenti sono complementari tra loro

UNA MENZIONE SPECIALE – LE RELAZIONI



- l'uomo (ma anche la donna...) è relazione – la relazione è comunicazione
- nell'ottica del servizio di comunicazione le relazioni sono **considerate strumento comunicativo** (es. tramite le relazioni viene chiesto di condividere i post del GAL Patavino)

UNA BUONA PRATICA – LA COMUNICAZIONE NEL PROGETTO A GESTIONE DIRETTA GAL



- **Ufficio Stampa del Turismo Rurale:** per informare sul territorio del GAL Patavino e promuoverne le risorse turistiche
- **Video Service della Ruralità:** un gruppo di ragazzi inseriti nel contesto di Euganea Movie Movement realizzeranno video Post Cards
- **Web Team:** per non realizzare nuovi siti web, ma per promuovere il territorio su siti web già ben «navigati»



- **Banca ore delle guide turistiche:** per supportare l'azione di accompagnamento turistico in loco
- **Turismo scolastico: 24 classi coinvolte**
- **Sportello degli educational tour:** puntando sul turismo esperienziale



UFFICIO STAMPA TURISMO RURALE

Il tradizionale servizio di comunicazione in un'ottica di sviluppo locale (e non di corporate aziendale)

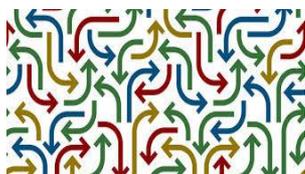
ATTIVITA' PRINCIPALI



Condivisione con il territorio: Priorità da comunicare; calendario trimestrale degli articoli; social e newsletter; rassegna stampa automatica; attivazione di un gruppo di lavoro con i referenti degli altri servizi



Campagna informativa annuale: Stampa (quotidiani, mensili, trimestrali e settimanali) e web specializzato. Rapporti continuativi con stampa di ogni ordine grado e giornalisti di interesse.



Non solo verso l'esterno: Sensibilizzando comuni e soci a diffondere la voce. Servizio di monitoraggio stampa: mappatura e raccolta degli articoli e delle segnalazioni sugli articoli della stampa nazionale e locale; strumenti automatici di rilevazione della presenza della comunicazione sul web.



SINERGIA TRA ANIMAZIONE, COMUNICAZIONE E RELAZIONI



- **Valorizzate le relazioni** tra i servizi (che si riuniscono in un tavolo di lavoro comune) e con il territorio ✓
- **La creatività come strategia:** es. pillole rurali; ufficio stampa del turismo rurale; video service della ruralità; web team... ✓
- **GAL riferimento:** ma di un gruppo altamente specializzato ✓

QUALCHE RISULTATO



Sito web
n.
Visualizzazioni
60.482



Social
20.100
Visualizzazioni e 80
condivisioni
di un post



Newsletter
n. Iscritti:
1263
n. Categorie:
7



n. Conf.
Stampa: 3
n.
Comunicati:22
n. articoli: **47**



n. Incontri
218 (di cui
pubblici
n.14)
Partecipanti:
428

Contenuti e target diversi: es. bandi PSL per portatori di specifici interessi; pillole rurali comunità locale e utenza di prossimità...

COSTANTE RIFLESSIONE PER MIGLIORARE



Alla ricerca del miglioramento

Sempre in discussione per migliorare regole, contenuti e strumenti



Web e multimedia

Sono lo specchio di cambiamenti continui...
bisogna saper cambiare



Il GAL è un partenariato

Rappresenta un partenariato, ed è fondamentale condividere strumenti per divulgare

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Presentazione (nr. Pagine totali: 15)

Redatta da dott Sabina Bordiga e dott. Tamara Merighi il 02 Marzo 2018

Approvata da dott Giuseppina Botti il 03 Marzo 2018

La presente relazione non può essere utilizzata in assenza del relatore