

I.A.M.C.-C.N.R. di Capo Granitola



Sistema di comunicazione e disseminazione del progetto “Développement des Interventions innovantes sur les cépages de Vignes autochtones pour l’INtégration italo-tunisienne – DIVIN (PS1.1.002)”

F. Vaccaro^b, M.L. Carelli^b, R. Graci^b, F. Bulfamante^b, M. Musco^b, G.A. Armeri^b, C. Bennici^b, C. Patti^b, B. De Luca^c, M. Tagliavia^a, G. Biondo^a, A. Nicosia^a, T.Masullo^a, G. Titone^b, S. Mazzola^c, A. Cuttitta^a.

a - Laboratory of Molecular Ecology and Biotechnology, Istituto per l’Ambiente Marino Costiero del Consiglio Nazionale delle Ricerche (IAMC-CNR), UOS di Capo Granitola, via del Mare 3 – 91021, Torretta Granitola (Campobello di Mazara, Tp), Italia;

b – Laboratorio Creativo di Divulgazione Scientifica – EDU Lab - Istituto per l’Ambiente Marino Costiero del Consiglio Nazionale delle Ricerche (IAMC-CNR), UOS di Capo Granitola, via del Mare 3 – 91021, Torretta Granitola (Campobello di Mazara, Tp), Italia;

c - Istituto per l’Ambiente Marino Costiero del Consiglio Nazionale delle Ricerche (IAMC-CNR), UOS di Capo Granitola, via del Mare 3 - 91021 Torretta Granitola (Campobello di Mazara, Tp), Italia.

Premessa e contesto generale

Il progetto DIVIN, finanziato dal Programma di Cooperazione Transfrontaliera Italia Tunisia, è coordinato dall'Istituto per l'Ambiente Marino Costiero del Consiglio Nazionale delle Ricerche - IAMC-CNR (Bénéficiaire) UOS di Capo Granitola e coinvolge l' Istituto di Bioscienze e Biorisorse – IBBR (P1) del Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR), il Centro di Biotecnologie di Borj - Cedria - CBBC (P2) L'Institut National de la Recherche Agronomique de Tunisie – INRAT (P3), La Direction Générale de la Production Agricole – DGPA (P4) e L'Associazione "Strada del vino Alcamo Doc" (P5). Il finanziamento complessivo è stato pari a € 674.107,06 e le attività si sono svolte a partire da novembre 2013 per concludersi a luglio 2016.

Si è trattato di una prodigiosa opportunità per potenziare e valorizzare le eccellenze scientifiche in campo vitivinicolo e per consolidare la collaborazione tra Italia e Tunisia sulla produzione di vini di qualità e sul lancio di itinerari enoturistici che mettano in dialogo permanente le due sponde del mediterraneo.

Il progetto, ha avuto la durata di 31 mesi e ha investito sullo sviluppo di ricerche e soluzioni tecnologiche per prevenire e curare le patologie della vite e per certificare e tracciare la qualità del vino prodotto in Italia e in Tunisia.

I benefici del progetto hanno avuto ricadute anche su tutti i territori dell'area di cooperazione in quanto, nella parte finale del progetto, si sono sviluppate azioni di marketing congiunte per la creazione di un marchio d'area e l'ampliamento delle esperienze delle "strade del vino" per creare itinerari turistici tematici che colleghino le zone di produzione siciliane e quelle tunisine.

Struttura del progetto

DIVIN si articola in 5 macro-attività (Composantes), due delle quali hanno carattere trasversale e coincidenza di tempo con l'intera durata del progetto (C1-Gestione del progetto e C2-Comunicazione) e 3 tematiche finalizzate alla realizzazione di interventi specifici. Tutti i partner, rispettando le rispettive competenze, hanno cooperato nell'attuazione delle attività e per il conseguimento dei risultati del progetto.

C1 – GESTIONE E COORDINAMENTO

- 1.1 Riunione di lancio;
- 1.2 Sistema di controllo interno e per il coordinamento del progetto;
- 1.3 Rapporti di monitoraggio e di valutazione amministrativa e finanziaria interna ed esterna;
- 1.4 Sistema di Gestione delle Conoscenze (SGC);
- 1.5 Comitato di Pilotaggio (Comité de Pilotage).

La C1 si basa su una struttura organizzativa che rappresenta l'intero partenariato, il Comitato di Pilotage (CdP), responsabile del coordinamento, della corretta ed efficiente gestione del progetto e del raggiungimento dei risultati attesi. La definizione del progetto, delle sue regole interne e delle linee guida per coordinare adeguatamente le azioni sono state condivise durante le riunioni preparatorie svoltesi tra la Tunisia e la Sicilia. Il CdP è composto da rappresentanti di tutti i partner, con un responsabile – scientifico e/o tecnico – per le attività assegnate a ciascun partner, mentre il capofila ha designato un coordinatore per la gestione di tutti gli aspetti del progetto: il buon funzionamento del Comitato è garantito attraverso riunioni fisiche e "riunioni virtuali", in totale 7 (4 fisiche, presso il capofila e a Tunisi; 3 attraverso delle videoconferenze via Skype). Il capofila ha organizzato la riunione di lancio del progetto. Uno strumento per la comunicazione interna è stato messo a punto per creare un sistema di gestione della conoscenza (SGC) tra tutti i partner. E' stato elaborato un cruscotto interattivo, una DIVIN Intelligente Charte(DIC), per misurare l'impatto economico e competitivo delle attività progettuale, a livello locale e transnazionale, grazie alla fattiva collaborazione di tutto il partenariato. Inoltre il capofila ha elaborato e condiviso un mini «Manuale tecnico di qualità», con le indicazioni di riferimento per coordinare le azioni tecniche previste, verificare l'avanzamento del progetto, pianificare e garantire soluzioni per eventuali momenti di impasse e necessità di micro-riprogrammazione. Ogni partner ha contribuito al monitoraggio del progetto secondo le proprie capacità ed esperienze, oltre che alla gestione amministrativa e finanziaria ai fini della tenuta dei conti e revisione, compilando regolarmente su base mensile un "diario di bordo" («journal de bord») per aggiornare il capofila sui risultati delle azioni e l'utilizzo delle risorse allocate.

Le attività della C1 sono state coordinate dal Capofila, col supporto di tutti i partners.

Outputs: 10 mini-rapporti delle riunioni di progetto; 6 «diari di bordo» corrispondenti ad ogni partner; 1 DIC; 1 SGC; 1 Manuale tecnico; un'Analisi dei Rischi, 1 Piano delle Attività, 3 Rapporti sulle attività (iniziale, intermedio e finale); 3 Rapporti di monitoraggio.

C2 – COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

- 2.1 Creazione di un'immagine coordinata di progetto;
- 2.2 Workshop tematici e seminari di diffusione;
- 2.3 Creazione di un sito Internet e strategia di comunicazione 2.0;
- 2.4 Pubblicazioni e materiale promozionale;

2.5 Valutazione semestrale dell'efficacia delle attività di comunicazione e diffusione del progetto.

Inaugurata dalla Conferenza di lancio, la C2 si compone di quattro azioni principali: a) sviluppo di un piano di comunicazione, b) creazione di un sito web e strategia 2.0, c) 2 seminari di divulgazione, 1 Conferenza Internazionale (alla fine del primo anno di attività) e 2 workshops tematici mirati a specifici gruppi target, d) valutazione semestrale dell'efficacia della comunicazione. Il piano di comunicazione prevede la creazione di una immagine coordinata del progetto, costituita da un logo e da un sito web dedicato per informare un gran numero di stakeholders sulle attività e gli obiettivi del progetto. Inoltre il sito permetterà di scaricare tutti i documenti prodotti durante il corso del progetto, in una sezione apposita per i partner. Ogni partner ha contribuito al contenuto del sito web (anche nella propria lingua) ed il Capofila ne ha curato il continuo aggiornamento. La strategia di diffusione prevede naturalmente la preparazione e la distribuzione di materiali promozionali (shopper, penne, etc., con il logo del progetto). Alla fine del progetto i rappresentanti dei partners prenderanno parte ad un evento pubblico finale di diffusione.

Le attività della C2 sono state coordinate dal Capofila, col contributo di tutti i partners.

Outputs: 1 immagine del progetto; 1 sito Internet con un «Digital Business Ecosystème» e uno spazio dedicato alle buone pratiche integrato sulla piattaforma; 3 Conferenze: 1 di apertura e una di chiusura, 1 Conferenza internazionale (alla fine del primo anno del progetto); 2 Seminari per la diffusione e 2 workshops tematici; 1 Piano di comunicazione e una strategia e.o; 1000 brochures; 300 mini-posters; 200 borse, 100 T-shirt, 1000 penne con il logo del progetto; 3 Rapporti di monitoraggio e valutazione sulle attività di disseminazione del progetto.

C3. ANALISI COMPARATIVA SULLE CARATTERISTICHE GENETICHE E LA DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA DELLE VARIETÀ DI VITI PRESENTI NELLA ZONA DI COOPERAZIONE TRANSFRONTALIERA

- 3.1. Analisi genetica dei popolamenti di vite sul territorio tunisino e siciliano e loro comparazioni genetiche;
- 3.2. Analisi dei territori sulla distribuzione delle varietà di vite e sulla produzione enologica;
- 3.3. Analisi dei territori per identificare le condizioni ambientali appropriate per l'attivazione di impianti produttivi in Tunisia;
- 3.4. Analisi comparativa dei principali vitigni monospecifici tra prodotti siciliani e tunisini.

Ai fini di una corretta conservazione, oltre agli aspetti strettamente tecnici vanno considerati anche quelli che riguardano la valutazione della diversità delle entità tassonomiche da conservare. A questo scopo, la caratterizzazione molecolare offre un valido strumento per determinare il valore della variabilità genetica delle popolazioni di origine e quindi il livello di stabilità di una specie dal punto di vista demografico. Offre inoltre un insostituibile supporto per stimare la diversità genetica delle collezioni e per classificare il germoplasma in funzione di pool genetici.

L'analisi genetica è stata fatta utilizzando un minimo di 6 microsatelliti (VVS2, VVMD5, VVMD7, VVMD27, VrZAG62 and VrZAG79) e sono stati analizzati popolamenti di vite presenti anche nelle Isole minori con particolare attenzione a Linosa e Lampedusa dove, in passato, sono stati registrati intensi scambi di materiale vegetale con la Tunisia (La Mantia et al., 2011). Al fine di condurre un'analisi quanto più capillare possibile, le indagini genetiche sono state effettuate presso i laboratori dell'IBBR-CNR e presso i laboratori dell'IAMC-CNR, ognuno per la propria area di competenza (Sicilia orientale e Sicilia occidentale). Lo stesso protocollo di analisi verrà applicato al materiale individuato e raccolto dai partner tunisini.

La Sicilia si conferma tra le prime regioni italiane per produzione di vino e la situazione odierna della viticoltura siciliana è il risultato di profonde trasformazioni, tuttora in atto. I fattori che influenzano la coltivazione di un vigneto sono legati al territorio, al suo clima e alle pratiche attuate dall'uomo ma di primaria importanza per ottenere vino di elevata qualità è soprattutto il vitigno. È infatti il genotipo del vitigno che si deve integrare perfettamente nell'ambiente per poter esprimere al meglio tutte le sue peculiarità e per poter dare, alla fine, un ottimo prodotto. La Sicilia presenta una piattaforma varietale in parte composta da vitigni di interesse nazionale, in parte da varietà diffuse esclusivamente o quasi a livello locale ed infine da un patrimonio ampelografico autoctono negletto o in via di estinzione da recuperare e valorizzare.

Sono state condotte indagini finalizzate all'analisi e catalogazione dei territori dedicati alla coltivazione della vite. I dati raccolti sono stati affiancati a quelli relativi alla produzione enologica del territorio in esame in modo da correlare i risultati.

Le caratteristiche del suolo interagiscono tra loro e con il clima nel determinare le variabili del funzionamento della vite, influenzando il comportamento fisiologico della vite, all'origine di differenze in termini di qualità e tipicità delle uve e dei vini prodotti. Uno studio è stato condotto sulle caratteristiche del suolo e del clima dei territori precedentemente identificati. Le migliori varietà dal punto di vista dell'adattabilità alle condizioni ambientali sono state oggetto di studio degli effetti di queste condizioni sulla resa e sulla qualità delle uve e del vino, per identificare delle varietà con caratteristiche tipiche e in grado di competere con le varietà di vitigni introdotte.

Al fine di comparare le produzioni vitivinicole di Sicilia e Tunisia, sono stati individuati due vitigni per regione transfrontaliera da mettere a confronto. Per l'importanza che rivestono nell'economia siciliana, i vitigni su

cui è stata principalmente rivolta l'attenzione sono il Catarratto e il Nero d'Avola. Per la parte tunisina, oggetto di analisi sono stati il Beldi e il Khamri.

In questa fase i vitigni sono stati comparati per determinati caratteri scelti; infatti, in parallelo alle analisi genetiche sono state effettuate le analisi chimiche, determinando la percentuale di zuccheri, l'acidità totale, la concentrazione di acido malico e di acido tartarico. Lo stesso protocollo e le stesse analisi sono state fatte sui prodotti tunisini.

Le attività della C3 sono state guidate dal Partner2, insieme con il capofila, P1 e P3.

Outputs: 1 Analisi genetica dei popolamenti di vite; 1 Analisi dei territori sulla distribuzione delle varietà di vite; 1 Analisi dei territori per identificare le condizioni ambientali appropriate per l'attivazione di impianti produttivi; 1 Analisi comparativa dei principali vitigni monospecifici.

C4. AZIONI PILOTA DIVIN PER LA DEFINIZIONE DI UNA CARTA GENETICA DELLE COLTIVAZIONI

4.1. Creazione di un laboratorio per la campionatura, il confezionamento e la spedizione dei materiali genetici ai laboratori specializzati;

4.2. Azioni di trasferimento delle competenze per il risanamento delle viti affette da virus;

4.3. Creazione di una Carta Genetica delle colture.

Fondamentale per il successo del risanamento risulta la fase di gestione delle giovani piantine ottenute dal risanamento, sia per evitare l'eventuale reinfezione da parte di vettori, sia per garantirne la crescita adeguata in una fase delicata del loro sviluppo. Una volta ottenuti gli ecotipi di vitigni autoctoni sani (dalla selezione o da risanamento), questi sono stati conservati in strutture idonee (serre a rete a prova d'insetto) ed allevate con procedure atte ad evitare la reinfezione del materiale (sterilità dei substrati, difesa dalle malattie e da eventuali vettori, controllo periodico dello stato sanitario del materiale, verifica della corrispondenza varietale, ecc).

Un laboratorio idoneo alla gestione del materiale risanato prevede la presenza di diverse aree (area nera, area grigia e area bianca) ognuna destinata ad una specifica attività. L'area nera è destinata all'imballaggio e spedizione dei campioni. L'area grigia è destinata alla preparazione dei campioni (etichettatura, confezionamento ed eventuale conservazione a 4°C in attesa della spedizione). L'area bianca è infine destinata alla manipolazione del materiale risanato e alla sua moltiplicazione e gestione in vitro.

Indagini condotte nel recente passato nei vigneti tunisini hanno rivelato uno stato sanitario della coltura fortemente compromesso da malattie di natura virale. Molto diffuse sono risultate le malattie dell'accartocciamento fogliare (enroulement foliaire), della degenerazione infettiva (court noué) e del legno riccio (bois strié) i cui effetti sulle produzioni, sia in termini quantitativi che qualitativi, risultano particolarmente deleteri.

Lo stato sanitario degli ecotipi selezionati è stato pertanto verificato attraverso l'applicazione congiunta di tecniche di diagnosi biologica (indexing su idonei indicatori legnosi), sierologica (ELISA), e molecolare (real time-PCR), allo scopo di evidenziare la presenza/assenza delle principali malattie virali e virus-simili, in particolare di: enroulement foliaire (Grapevine leafroll associated viruses = GLRaVs), court noué (principalmente Grapevine fan leaf virus – GFLV, Arabis mosaic virus – ArMV e altri nepovirus della vite), bois strié (GVA, GVB, GVD vitiviruses e Grapevine rupestris stem pitting associated virus –GRSPaV), marbrure (Grapevine fleck virus – GFkV), incompatibilité au greffage (Grapevine leafroll associated virus 2 – GLRaV-2), nécrose des nervures, mosaïque des nervures, bois noir, Flavescence dorée et autre jaunissements.

Considerato l'elevato livello di infezione esistente su vite in Tunisia, come era prevedibile per un alto numero di varietà autoctone, è risultato estremamente difficile reperire "individui sani" dopo la semplice selezione nei vigneti commerciali o nei campi collezione; è stato opportuno, pertanto, ricorrere obbligatoriamente al risanamento dei vitigni attraverso l'impiego di tecniche diverse, idonee al tipo di virus coinvolto nell'infezione. In particolare, sono state applicate le tecniche di risanamento con termoterapia in aria calda, coltura di apici meristemati, o con combinazioni di entrambe le tecniche.

Al fine di trasferire le conoscenze e per una buona disseminazione dei risultati e delle competenze, sono stati organizzati dei brevi periodi di stage (dalla Tunisia in Italia e vice versa) per il trasferimento di tecniche di diagnosi virologica, di risanamento, di gestione del materiale risanato. Sono stati inoltre potenziati due laboratori in modo da implementare le facilities per la diagnosi molecolare, per la coltura in vitro e per la realizzazione di una piccola screen house.

Per una completa valorizzazione sul piano enologico e commerciale dei vitigni ritenuti strategici, è opportuno approfondire anche aspetti legati alle caratteristiche genetiche delle cultivar, come la loro precisa identità e denominazione, la presenza e l'ampiezza della variabilità genetica all'interno di esse, su cui si fonda la possibilità di selezionare cloni, la loro origine genetica e geografica e le relazioni con gli altri vitigni del territorio.

La caratterizzazione molecolare, oltre ad essere un valido mezzo per determinare il valore della variabilità genetica delle popolazioni, offre anche un insostituibile supporto per stimare la diversità genetica delle collezioni e per classificare il germoplasma in funzione di pool genetici presenti. L'analisi genetica condotta secondo quanto descritto nell'attività 3.1 fornirà i dati utili alla creazione di una carta genetica dei popolamenti censiti.

Le attività della C4 sono state coordinate dal P1, con P3 e P4.

Outputs: 1 un laboratorio per la campionatura, il confezionamento e la spedizione dei materiali genetici; 2 due protocolli di risanamento basati sulla coltura di apici meristemati e sull' embriogenesi somatica; 1 Convenzione per brevi periodi di stage per il trasferimento di conoscenze ed expertise tra il personale interno dei centri di ricerca partner; 1 Carta Genetica delle colture.

Durata della C4: 12 mesi.

C5. STRATEGIA GLOBALE DIVIN DI INCORAGGIAMENTO AGLI INVESTIMENTI TRA LE DUE RIVE

5.1. Sviluppo di una campagna di sensibilizzazione che diffonda ed incoraggi le nuove tecniche tra i produttori dei territori dei due Paesi per il risanamento dopo l'intervento;

5.2. Laboratori italo-tunisini rivolti a valorizzare le particolarità dei vini tunisini in relazione alle caratteristiche peculiari di quelli siciliani

5.3 Laboratori riguardanti il potenziale economico degli investimenti italiani nel settore etnologico in Tunisia grazie all'attivazione di reti partenariali.

È essenziale un'efficace sensibilizzazione dell'opinione pubblica per motivare la partecipazione attiva dei gruppi target e dei beneficiari finali. DIVIN ha sviluppato una campagna ad hoc per la diffusione, l'adozione e il sostegno all'utilizzo di nuove tecniche per il trattamento dei vitigni affetti da patologie: questa strategia di capitalizzazione, valorizzazione e disseminazione dei risultati ha lo scopo di incoraggiare tra produttori locali l'uso di conoscenze e metodologie sperimentate ed appropriate, garantendo il trasferimento rapido dal campo della ricerca scientifica. Una serie di pubblicazioni (cartacee/o interattive), due eventi di sensibilizzazione e una vetrina di buone pratiche online (già previste nella C2) hanno contribuito a rafforzare l'integrazione.

Questa attività è finalizzata a far conoscere l'originalità e la qualità dei prodotti delle tradizioni enologiche locali, attraverso l'organizzazione di specifiche azioni di comunicazione, informazione e promozione delle tradizioni locali. Sulla base dell'esperienza maturata in questo ambito, l'associazione Strada del Vino ha avuto cura di attivare dei brevi i corsi di formazione pratici sulla valorizzazione del patrimonio vinicolo legato al territorio, sviluppando degli itinerari transfrontalieri del gusto come potenziali attrattori turistici di qualità (enoturismo). Allo stesso tempo IAMC e DGPA hanno definito degli "schemi di valorizzazione" rivolti a professionisti del settore, associazioni e operatori turistici, concentrandosi sui seguenti aspetti: potenziamento commerciale, culturale e istituzionale; questa azione porterà alla creazione di un "kit di strumenti di marketing " su misura per le esigenze di crescita economica locale e transfrontaliera.

Le azioni previste hanno supportato la diffusione di conoscenza sulle opportunità di investimento in Tunisia: dei laboratori sono stati realizzati per formare ed informare sulle nuove iniziative per stimolare gli investimenti privati (ad esempio ISMED - nuovo strumento di facilitazione per finanziamenti nei paesi vicini UE) nel quadro del nuovo piano d'azione che rafforza il partenariato privilegiato tra l'UE e la Tunisia per sostenere le riforme e il processo democratico in Tunisia (stabilito ne novembre 2012) . Come evidenziato nella Conferenza FEMIP di marzo 2012, il focus doveva essere ed è stato sul miglioramento e la diversificazione dei servizi finanziari per le piccole e microimprese, con un impegno per il loro rafforzamento sul piano della competitività internazionale (innovare le strategie e i metodi di produzione, distribuzione, e marketing) al fine di accedere a nuovi mercati. In considerazione del numero crescente di partenariati di impresa nella regione dell'Euro-Mediterraneo, un laboratorio specifico ha affrontato il tema delle forme di attivazione di partenariato, compreso il partenariato pubblico-privato (PPP), approfondendo le principali questioni e nuove prospettive.

Le attività della C5 sono state gestite dal Capofila, in stretta collaborazione con P4 e P5.

Outputs: 1 campagna di sensibilizzazione destinata ai produttori italiani e tunisini; 3 Laboratori italo-tunisini rivolti a valorizzare le particolarità dei vini locali; 3 Laboratori per favorire gli investimenti italiani nel settore etnologico in Tunisia.

Descrizione del sistema di comunicazione e disseminazione

STRATEGIA E OBIETTIVI

Una efficace ed efficiente comunicazione costituisce uno degli elementi chiave del successo di un progetto. Ciò risulta particolarmente vero in un'iniziativa di cooperazione internazionale, come DIVIN, condotta su territori diversi e caratterizzata da due componenti distintive: una forte presenza scientifico-tecnologica ed una grande attenzione agli effetti socio-economici.

Il progetto mira a produrre un impatto concreto anche sui sistemi di produzione, coltivazione e cooperazione commerciale dei territori coinvolti, tramite l'adattamento e il trasferimento di contenuti e risultati innovativi

sperimentali, per cui la disseminazione e la diffusione, sia presso i destinatari diretti che nei confronti di diversi stakeholder che possono supportare l'integrazione a livello di sistema dei risultati progettuali, rappresentano aspetti cruciali per garantire il raggiungimento degli obiettivi del progetto.

Per queste ragioni, un'intera azione è stata dedicata alle attività di comunicazione (*Composante 2*), trasversale alla durata del progetto, che è coordinata dal Capofila ma con il significativo contributo di tutto il partenariato.

In generale, le attività di comunicazione esterna sono finalizzate a promuovere un'ampia diffusione dei risultati e prodotti progettuali presso i settori/gruppi target, nonché a sensibilizzare i potenziali utilizzatori e i diversi soggetti coinvolti nelle tematiche progettuali (incluso il grande pubblico), al fine di ampliare il coinvolgimento degli stessi e contribuire nel lungo periodo alla condivisione e alla replicabilità dei risultati di DIVIN.

Specificatamente, gli **obiettivi delle attività di comunicazione del progetto DIVIN** sono:

- Informare sulle finalità, le attività e le modalità di sviluppo delle stesse nel progetto;
- Evidenziare il ruolo di ciascun partner nella realizzazione degli interventi;
- Diffondere informazioni sia sul progetto in generale sia su attività e prodotti specifici sviluppati;
- Rafforzare ed ampliare il coinvolgimento e la partecipazione dei gruppi target e degli attori chiave nei territori interessati;
- Sensibilizzare tutti gli altri stakeholder sulle tematiche CORE di DIVIN, favorendo l'insediamento di una progettualità partecipativa;
- Elaborare un "brand" di progetto, ovvero un'immagine identificativa che diventi facilmente ed immediatamente riconoscibile;
- Pubblicizzare il contributo finanziario della Commissione Europea a favore dello sviluppo socio-economico dei territori e dei cittadini;
- Divulgare i risultati ottenuti.

La strategia di comunicazione prevede **3 fasi di implementazione**.

Fase 1: All'avvio e nei primi mesi del progetto, l'obiettivo specifico sarà quello di informare sul progetto e sui prodotti/risultati oggetto del trasferimento, mostrandone le potenzialità e l'innovatività, in modo da creare consenso e supporto intorno al progetto stesso, elementi necessari per lo sviluppo delle successive azioni progettuali.

Fase 2: In una successiva fase di DIVIN, si tratterà di aggiornare sullo stato dell'arte, le attività sviluppate ed i prodotti realizzati, in modo da rafforzare ed ampliare la partecipazione e l'interesse al progetto stesso.

Fase 3: Infine, nell'ultimo periodo del progetto, sarà importante diffondere le conoscenze apprese, le buone prassi sviluppate ed i risultati raggiunti al fine di garantire la sostenibilità di DIVIN dopo la sua conclusione.

In tutte le fasi, la strategia di comunicazione prenderà in considerazione i seguenti elementi, al fine di ottenere un impatto reale delle azioni di disseminazione:

- garantire la trasparenza dei messaggi da veicolare;
- utilizzare strumenti comunicativi di natura diversa;
- modellare il linguaggio sul/sui gruppo/i target raggiunti nel quadro delle diverse azioni, in modo da rendere il messaggio interessante, personale e rilevante per quel/quei gruppo/i target;
- adoperare in ogni caso un linguaggio che seppur tecnico risulti chiaro, comprensibile, diretto ed accessibile;
- diffondere i messaggi a livello locale nei territori partner in Italia e Tunisia (e/o a livello nazionale e/o a livello europeo), e promuovere ove possibile un approccio che preveda la diffusione di informazioni sul progetto dai territori a sistemi/gruppi nazionali ed europei e presso altri paesi e territori europei (dal basso verso l'alto);
- rispettare le linee guida su comunicazione e visibilità del Programma Italia-Tunisia 2007-

2013 ed in particolare includere in qualsiasi comunicazione e prodotto progettuale:

- a. il logo del Programma Operativo ENPI CT Italia-Tunisia 2007-2013;
- b. l'indicazione relativa al cofinanziamento e del Programma ;
- c. l'emblema dell'Unione Europea, dell'Italia, della Repubblica della Tunisia e della Regione Siciliana;
- d. il logo del progetto DIVIN.
- e. lo slogan del Programma Italia.Tunisia 2007 .2013 "Sfide comuni, obiettivi condivisi" (nella lingua del soggetto beneficiario), se lo spazio lo consente.

DESTINATARI

I destinatari delle azioni di comunicazione e disseminazione del progetto identificati nell'area italo-tunisina sono:

- Rappresentanti istituzionali di enti pubblici con competenza nel settore agro-alimentare a livello centrale e locale;
- Laboratori, centri di ricerca e ricercatori scientifici; □ Micro, piccole e medie imprese della filiera agroalimentare;
- Organizzazioni e associazioni locali di valorizzazione del vino.

GLI STRUMENTI DELLA COMUNICAZIONE

Tra gli strumenti previsti figurano sia quelli relativi alle azioni di comunicazione e disseminazione vera e propria (sito web, seminari informativi, ecc.) sia attività progettuali nel senso stretto del termine, le quali tuttavia risultano cruciali nella diffusione di informazione e sensibilizzazione sulle tematiche progettuali (laboratori di formazione, ecc.), previste nella Compositante 5.

La Compositante 2 si articola nelle seguenti attività specifiche:

- Sviluppo di un piano di comunicazione basato sulla creazione di un'**immagine coordinata** del progetto e di un **sito Internet** (strategia di comunicazione 2.0 con un «Digital Business Eco-system» ed uno spazio per le buone pratiche);
- Organizzazione di 3 **Conferenze di progetto**: una di apertura, una finale di chiusura ed una Conferenza internazionale;
- **2 workshop tematici e 2 seminari** di diffusione
- **Pubblicazioni scientifiche e materiali promozionali**
- **Valutazione** semestrale con rapporti di monitoraggio

Creazione di un'immagine coordinata di progetto

Obiettivo specifico: identificare il progetto in maniera chiara, immediata e fortemente comunicativa

Target specifici: tutti

Descrizione: la creazione di un'immagine coordinata comprende innanzi tutto il logo, il quale è inserito su qualsiasi documento, comunicazione, evento e prodotto progettuale. In secondo luogo, viene coerentemente realizzata la carta intestata, il format delle presentazioni .ppt e i layout di brochure, poster e inviti.

Partner responsabile: IAMC-CNR



Sito Internet

Obiettivo specifico: Pubblicizzare il progetto e le potenzialità della piattaforma quale strumento di conoscenza e di sviluppo di nuove relazioni commerciali e di scambio di conoscenze e informazioni *Target specifici:* tutti

Descrizione: il sito web, che ospita la piattaforma tecnologica, rappresenta uno strumento particolarmente utile per divulgare informazioni sul progetto al grande pubblico e dunque a tutti i sistemi/gruppi target e a tutti gli altri stakeholder.

Il sito web, che sarà registrato sul dominio <http://projetdivin.eu>, sarà elaborato in italiano e francese ed includerà un'area pubblica ed un'area riservata. Nell'area pubblica, saranno inserite informazioni specifiche sul progetto e relative ad obiettivi, attività, risultati attesi, prodotti e partenariato e saranno caricati tutti i prodotti pubblici del progetto (materiale di comunicazione, pubblicazioni, ecc.); news di aggiornamento dello sviluppo del progetto saranno pubblicate periodicamente. L'area privata sarà invece utilizzata esclusivamente dai partner per la comunicazione interna e per condividere i documenti tecnici di progetto (verbali, report, format di gestione ed amministrativi, ecc.). Ogni partner contribuirà al contenuto del sito web progettuale ed il Capofila ne curerà il continuo aggiornamento.

Partner responsabile: IAMC-CNR

Piattaforma tecnologica "Digital Business Eco-system"

Obiettivo specifico: potenziare le opportunità di conoscenza e abilitare nuovi modelli collaborativi e di business all'interno e oltre il partenariato DIVIN.

Target specifici: esponenti del settore della ricerca scientifica, esperti di soluzioni ad alto contenuto tecnologico, PMI.

Descrizione: Tra gli output di disseminazione dei risultati di progetto DIVIN il Digital

Business Eco-system (DBE), lanciato dalla Commissione Europea nell'ambito del 7° Programma Quadro per la Ricerca. Tale output dovrà essere inteso come strumento di scambio e condivisione (sotto la forma di "multi-micro blog") tra i ricercatori specializzati sul tema delle virosi delle piante, con la possibilità di "mettere in vetrina" e scambiare informazioni e papers scientifici (tramite azioni di upload e download di documenti) al fine di creare un "ecosistema virtuale", moltiplicatore di conoscenza e in grado di agevolare lo scambio di informazioni per lo sviluppo tra l'altro di nuovi brevetti.

Questa piattaforma tecnologica intende rappresentare anche un valido strumento per aprire nuove opportunità di business alle imprese del settore viti-vinicolo, attraverso l'utilizzo e la diffusione di tecnologie informatiche innovative, che consentano di accedere al mercato internazionale con particolare attenzione ai bisogni di filiera. All'interno del DBE saranno inseriti link a siti di interesse per le tematiche affrontate e i partner potranno veicolare informazioni, articoli e contributi sempre sui temi trattati dal progetto.

Partner responsabile: IAMC-CNR

Organizzazione di 3 Conferenze di progetto

Obiettivo specifico: diffondere a livello locale informazioni sul progetto, al fine di rafforzare la partecipazione allo stesso e sensibilizzare i diversi soggetti coinvolti e il grande pubblico in merito al progetto.

Target specifici: tutti

Descrizione: Il Capofila organizzerà la conferenza in occasione dell'inizio del progetto DIVIN, mentre la Direzione Generale della Produzione Agricola ha il compito di organizzare la conferenza a conclusione del progetto: l'evento di lancio ufficiale delle attività coinvolgerà tutti i partners di progetto, facendo intervenire anche un rappresentante dell'Autorità di Gestione Comune del Programma Italia-Tunisia, al fine di stimolare un vivo e largo interesse nel pubblico esterno, in merito alle tematiche centrali del progetto. Il convegno finale offrirà l'occasione per presentare i risultati raggiunti, le attività e le buone prassi sviluppate nel corso delle attività. L'evento sarà inoltre un'occasione per discutere di eventuali iniziative da intraprendere dopo la conclusione di DIVIN.

Comunicati stampa saranno diffusi dal Capofila in concomitanza con fasi cruciali del progetto, quali avvio delle attività, realizzazione dei seminari informativi e workshops, ecc.

Inoltre è stata programmata una conferenza internazionale, nel corso della quale saranno invitati a partecipare rappresentanti dei partenariati dei migliori progetti comunitari/internazionali finanziati sul tema. Si è ipotizzata una data per la sua organizzazione dopo circa un anno dall'inizio del progetto: il periodo potrebbe coincidere con il mese di dicembre 2014.

Data di realizzazione: inizio e fine delle attività progettuali, e ad un anno dall'avvio del progetto.

Partner responsabile: IAMC-CNR, DGPA, SDV.

Workshop tematici e seminari di diffusione

Obiettivo specifico: diffondere informazioni basilari sul progetto a livello locale, nazionale ed europeo, al fine di sensibilizzare tutti i soggetti coinvolti e il grande pubblico

Target specifici: ricercatori e istituti di ricerca, policy-makers, pubblico generale, produttori e operatori della filiera vitivinicola allargata.

Descrizione: Alla base del DBE, vi sarà il lavoro svolto nell'ambito degli "Atelier Tematici" (workshops), che verranno attivati sia in territorio italiano che tunisino e saranno dedicati a supportare i processi di integrazione della filiera agro-alimentare del settore vitivinicolo; nella preparazione di questi eventi un ruolo fondamentale verrà svolto dalla Direzione Generale della Produzione Agricola del Ministero dell'Agricoltura tunisino, e dall'Associazione "Strade del Vino Alcamo DOC." Un ulteriore strumento essenziale previsto per la disseminazione del progetto è quello dei seminari per la diffusione dei risultati progettuali, che vedranno coinvolti tutti i partners di DIVIN e saranno rivolti a partecipanti provenienti dalla comunità scientifica così come dal mondo delle imprese, posti sullo stesso piano nello scambio di informazioni.

Partner responsabile: DGPA, SDV (workshops tematici); IAMC-CNR, IBBR, CBBC, INRAT, DGPA e SDV (seminari di diffusione).

Pubblicazioni scientifiche e materiali promozionali

Obiettivo specifico: fornire una presentazione del progetto chiara, sintetica e facilmente comprensibile, utilizzando materiali promozionali per rafforzare la conoscenza su DIVIN; veicolare inoltre i risultati raggiunti attraverso il progetto ad una comunità più ampia.

Target specifici: tutti

Descrizione: Nell'ambito della macro-attività di comunicazione e diffusione, un'attenzione specifica è stata dedicata alla condivisione dei risultati che saranno ottenuti grazie alle attività caratterizzanti del progetto: questi risultati saranno oggetto di una pubblicazione scientifica che verrà realizzata nell'ultima fase di implementazione; inoltre sarà curata l'edizione di brevi pubblicazioni legate al marketing territoriale, fruibili ad un pubblico ampio. La strategia di diffusione prevede inoltre la preparazione e la distribuzione di materiali promozionali (da formulario: 300 mini-posters; 200 shopper, 100 T-shirt, 1000 penne con logo del progetto); la brochure sarà realizzata in italiano e in francese ed includerà informazioni basilare sugli obiettivi, attività, risultati attesi e partenariato (1.000 copie). *Partner responsabile:* SDV, DGPA.

Valutazione semestrale con rapporti di monitoraggio

Obiettivo specifico: garantire il controllo di efficacia/efficienza delle attività di comunicazione, verificando la realizzazione effettiva delle iniziative programmate e fornendo suggerimenti funzionali in caso di necessità.

Target specifici: partners di progetto; Autorità di Gestione

Descrizione: Il Capofila, responsabile delle attività di monitoraggio e valutazione, si occuperà di monitorare e valutare le azioni di comunicazione e disseminazione realizzate, sulla base di indicatori condivisi relativi alle attività comunicative previste da progetto.

ATTIVITA'	INDICATORI DI REALIZZAZIONE	INDICATORI DI RISULTATO
Creazione di un'immagine coordinata di progetto	1 logo prodotto; Layout grafico per output progettuali	Logo inserito su tutte le comunicazioni documenti, prodotti, ecc. del progetto
Sito internet e piattaforma DBE	N° di pagine web realizzate; N° di documenti caricati nell'area riservata	N° di visitatori area pubblica; n° di sezioni (blog) create Utilizzo area privata da parte dei partners
Conferenze di progetto	N° di convegni realizzati	N° di inviti; N° di partecipanti; Livello di rappresentatività dei relatori; Livello di rappresentatività dei partecipanti; Livello di soddisfazione dei partecipanti; N° di articoli apparsi su stampa locale; N° di news pubblicate sui siti web dei partner di progetto e su altri siti web
Workshop tematici e seminari di diffusione	N° atelier tematici realizzati; n° seminari di diffusione svolti	N° di partecipanti; Livello di rappresentatività dei partecipanti; N° di richieste per maggiori informazioni; Livello di soddisfazione dei partecipanti.
Pubblicazioni scientifiche e materiali promozionali	N° copie pubblicazioni realizzate; N° materiali promozionali realizzati.	N° di materiali stampati; N° di materiali distribuiti; N° di materiali scaricati dal sito internet; Rappresentatività destinatari.

Partner responsabile: IAMC-CNR

Strategia integrata per veicolare le competenze necessarie per costruire una rete di qualità nella filiera agroalimentare del settore vitivinicolo

A consolidare le attività di sensibilizzazione e disseminazione previste nella Componente 2, saranno svolte nell'ambito della Componente 5, che svilupperà una strategia globale volta sia alla diffusione, l'adozione e il

sostegno all'utilizzo di nuove tecniche per il trattamento dei vitigni affetti da patologie che a promuovere gli investimenti tra le due rive, valorizzando i vini locali e le opportunità di crescita nell'area transfrontaliera.

Sono previsti laboratori congiunti italo-tunisini (atelier) volti a mettere in evidenza le particolarità dei vini tunisini in relazione alle caratteristiche peculiari di quelli siciliani (1 in Sicilia + 2 in Tunisia): si tratterà di un'attività finalizzata a far conoscere l'originalità e la qualità dei prodotti delle tradizioni enologiche locali, attraverso l'organizzazione di specifiche azioni di comunicazione, informazione e promozione delle tradizioni locali. L'intento finale è lo sviluppo di itinerari transfrontalieri del gusto come potenziali attrattori turistici di qualità (enoturismo), con una contestuale attenzione agli aspetti legati al potenziamento commerciale, culturale e istituzionale.

Saranno altresì organizzati dei laboratori riguardanti il potenziale economico degli investimenti italiani nel settore etnologico in Tunisia (1 in Sicilia + 2 in Tunisia), che serviranno a supportare la diffusione di conoscenza sulle opportunità di investimento in Tunisia, formando ed informando sulle iniziative per stimolare gli investimenti privati e rafforzare l'internazionalizzazione.

Target specifici: aziende agro-alimentari nei territori italiani e tunisini coinvolti; stakeholder di settore; Gal, enti pubblici e consorzi privati. Periodo di realizzazione: ultimi 6 mesi di progetto Partner responsabile: SDV, DGPA, IAMC.