BIODIVALP.

Forza
- Expertise/Experience.
- Tema specifico
- Partnership consolidata

Debolezza
- Poche risorse umane
- Lingua
- Tema molto tecnico
- Articolazione della coerenza dell'immagine tra regole del Programma e regole degli Enti

Opportunità
- Vulgarisation. trasferimento e di conoscenza
- Conflittualità che diventa opportunità sociale ed economica
- New partnership a livello locale
- L'Europa per la valorizzazione

Minacce
- Scarsa percezione dell'utilità del tema e del progetto - Conflittualità
- Percezione dei progetti come sovrapponibili - ridondanza

CLIP

INNOVAZIONE
APPLICAZ

S

TRASVERSALITÀ

ETEROGENEITÀ

SOLUZIONI CONCRETE

~~ALLINEAMENTO~~ RAGGIUNGERE DIVERSI TARGET SUI DIVERSI TERRITORI GRAZIE AI PARTNER

U

AMPIO SPETTRO DI PUBBLICO TARGET

IDENTIFICARE CORRETTAMENTE GLI STRUMENTI (Secondo i tempi)

O

ATTUALITÀ
TEMA PRINCIPALE (INNOVAZIONE)

CAPACITÀ DI PRODURRE EFFETTI SU "PRATICA" TARGET GROUPS

T

CONTESTI TERRITORIALI DIVERSI / DIVERSA DECLINAZIONE

RISCHIO DI PERDITA EFFICACIA PER TERMINE "INNOVAZIONE" "ABUSATO"

SWOT MITO OUTDOOR

FORZA

- TEMATICA DI PROGETTO PRODOTTO CONOSCIUTO DI INTERESSE
- TERRITORI FORTI NEL PRODOTTO OUTDOOR
- COORDINAMENTO NELLA VISUAL DI COMUNICAZIONE

DEBOLEZZA

- NON PRESENZA DI UN REFERENTE ~~GRUPPO~~ COMUNICAZIONE ~~IN~~ PER OGNI PARTNER
- RISCHIO DI REALIZZARE UN PROGETTO DI COMUNICAZIONE ~~SOVRA~~ CON OBIETTIVI TROPPO AMBIZIOSI

OPPORTUNITÀ

- CAPACITÀ DI AVER COINVOLTO TUTTO IL PARTNERARIATO
- VALORIZZARE TERRITORI E PRODOTTI AUTENTICI E POCO NOTI ⇒ DARE VISIBILITÀ

MINACCE

- POSSIBILITÀ DI AUTONOMIA / INDIVIDUALISMI DI PROGETTO E COMUNICAZIONE ANCHE A SEGUITO DI COORDINAMENTO
- COMUNICAZIONE NON SUPPORTATA DAL TERRITORIO

PITEM Pa.C.E.

SWOT COMUNICAZIONE

necessità di una conoscenza diffusa del patrimonio.

Punti di forza:

* ricchezza di un patrimonio diffuso di valore
* partenariato diffuso sul territorio
* presenza di economie locali diffuse (hotel, ristoranti)

Punti di debolezza

* Mancanza di una Rete ALCOTRA
* mancanza di un coordinamento turistico

Opportunità

* possibilità di coordinare varie parti del territorio
* possibilità di legare beni materiali e immateriali
* integrazione con altri PITEM/PITER

Minacce

* perdita di identità
* impoverimento Scolare dai 15 anni in su (mancanza di strategia culturale)
* scarso interesse da parte degli organi di informazione per eventi che non siano eccezionali.

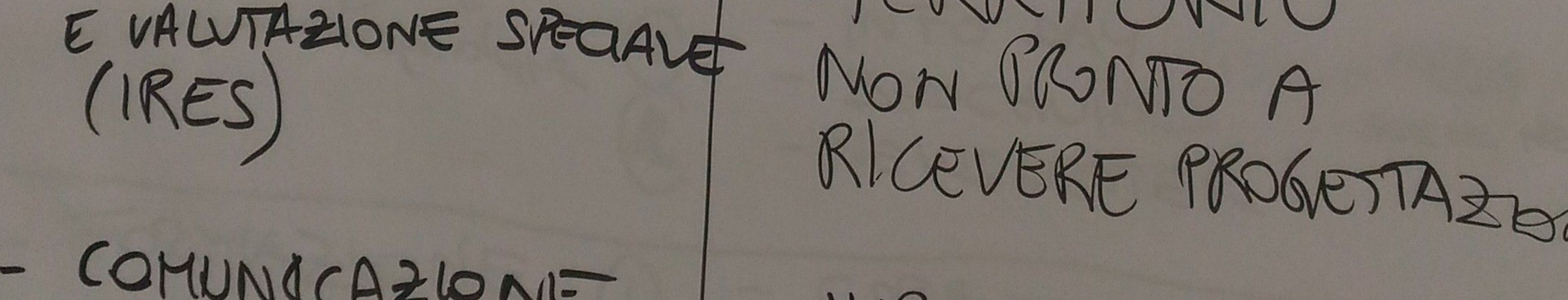
PRO-SOL

S

- BISOGNI SIMILI SUI TERRITORI IT/FR
- REFERENTI COMUNIC. SU PROGETTO SINGOLO
- PRESENZA CONSULTA PER L'INNOVAZIONE
- PIANO DI MONITORAGGIO E VALUTAZIONE SPECIALE (IRES)
- COMUNICAZIONE CON ALTRI PITEM/PITER PER TEMI

W

- DIVERSI SISTEMI NORMATIVI
- TANTI PARTNERS COINVOLTI
- TARGET MOLTO DIFFERENTI
- TERRITORIO NON PRONTO A RICEVERE PROGETTAZIONE
- IMPATTO MOLTO ALTO SU CITTADINI (anche target deboli)
- CAMBIAMENTI POLITICI / AMMINISTRATIVI



SWOT

PITEM RISK

Poiché DOPO AVER DEFINITO UNA STRATEGIA GENERALE DI PROGETTO ABBIANO CONCORDATO UNA STRATEGIA COMUNE DI COMUNICAZIONE.

LO ~~COMUN~~. AUMENTARE LA RESILIENZA DEL TERRITORIO ACCOTRA

PUNTI FORZA

- PARTNER ESPERTI IN COM.
- CHIAREZZA DI COMUNICAZIONE ORIZZONTALE VERTICALE
- 2 RETI CONSOLIDATE 20 ANNI

PUNTI DEBOLEZZA

DIFFICOLTÀ NEI RAPPORTI/RELAZIONI (LINGUA)
ESISTONO ~~CO~~ NEL PARTENARIATO MOLTO DIVERSIFICATE COMPETENZE
(TECNICI COMUNICAZIONE .... COMUNICAZIONE)
RIGIDITÀ DEI PROTOCOLLI DI COMUNICAZIONE DELL'EMERGEN.

OPPORTUNITÀ

LINGUA OPPORTUNITÀ → CORSO LINGUISTICO
TENTATIVA DEI RISCHI ATTUALE E DI INTERESSE
X LA POPOLAZIONE → FACILE ATTENZIONE
POSSIBILITÀ DI CREARE SINERGIE CON ALTRI PROGETTI

MINACCE

EVOLUZIONE VELOCE DELLE TECNOLOGIE DI
COMUNICAZIONE RISPETTO ALLE TEMPISTICHE DEI
PROGETTI

TARGET MITO / PACE

PCC

- STAKEHOLDERS (1) (2)
  - RICETTIVITA'
  - RISTORAZIONE
  - SERVIZI TURISTICI
    - GUIDE
    - NOLEGGI
- ASSOCIAZIONI (1) (2)
- ENTI LOCALI (CCIAA / COMUNI / REGIONI) (1) (2)
- POPOLAZIONE LOCALE (1) (2) (4)
- TECNICI / OPERATORI TURISTICI (1) (2)
  - A CASCATA TURISTI
- MEDIA (1) (2)
- SCUOLE (3)

PACE

(1) ANIMAZIONE TERRITORIALE
- COMUNICAZIONE PARTECIPATA

(2) VIDEO DI RACCONTO

(3) CONCORSO

(4) CAMPAGNA ONLINE / OFFLINE
- MEDIA LOCALI + RADIO

CLIP / PROSOL

1 ⊛ OPERATEURS DU SECTEUR (FOURNISSEURS DES SERVICES)

⊛ [redacted]

↳ [redacted]

↳ ASL/ASO – [redacted] PROFESSIONNELS de SANTÉ

↳ SECTEUR MÉDICO-SOCIAL

↳ AIDANTS

2 ⊛ PERSONNES FRAGILES (ARRIÈRES-PAYS) } COMPORTAMENTO

↳ SENIORS

3 ⊛ CHERCHEURS/UNIVERSITÉS } PRATICA

↳ INFIRMIERS

↳ ACADEMIQUE

CONOSCENZE

AZIONI & STRUMENTI

– INFORMAZIONE

x accrescere consapevolezza

① – INFO DAY
② – BROCHURES
– NEWSLETTER

– MEDIA
– SOCIAL NETW

– FORMAZIONE ① – CORSI
– MATERIALE DIDATTICO
– VIDEO TUTORIAL

– NETWORKING ① – B2B
③ – FOCUS GROUPS

Risk

Biodiversità — Presentazione report — X X
Incontri report — X X
Incontri interdipartimentali interregionali — X X X
Incontri eventi — X X X
EELL
Decisori di CRISI
Educational Eventi — X X
Giornalisti e media
Incontri — X
Giuristi
Quaderno tecnico Focus group — Formazione lessico — X X X
Tecnici - Scienziati
Incontri — X X X
Incontri — X X X
Incontri — X X X
Pianificatori territoriali
Imprese
Operatori turistici
Incontri Brochures — X X X
Agricoltori/Pastori
Selvicoltori
Volontariato e Associazioni
Brochure Event Social media — X X
Scuole
Social media Brochure — X X X
Turisti
Eventi incontri — X X X
Popolazione locale
Social media — X X
Grande pubblico

INCONTRI POLITICI — X X
STATO — X X X
REGIONI — X X
FOCUS GROUP ESERCITAZIONI PARTECIPATE
GEOPORTALE — X X
INCONTRI
ESERCITAZIONI FORMAZIONI COMUNICATI STAMPA — X X
Web / Social
ESERCITAZIONI — X X
FOCUS — X
KIT DIDATTICO / INCONTRI — X X X
APP VIDEO CAMPAGNA MASSIVA EVENTI LOCALI STORY — ✓ X X X