



**Piano Triennale della Comunicazione
della Riserva della Biosfera
"Isole di Toscana"
2021-2023**



Realizzato da:



Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano

in qualità di soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera Isole di Toscana

Con il supporto tecnico di



www.punto3.it

Sommario

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI.....	5
2. LA COMUNICAZIONE DELLE RISERVE DELLA BIOSFERA MAB UNESCO	7
La mission e i valori	7
Lo storytelling.....	9
MAB is Proud To Share.....	10
La foundation story	11
Il cortometraggio Proud to Share delle Isole di Toscana	12
3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	13
Obiettivi generali.....	13
Obiettivi specifici.....	14
A. Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste.....	14
B. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Isole di Toscana	14
C. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera	15
D. Enfaticizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs.....	15
E. Ispirare i giovani a percorsi di crescita virtuosi che possano offrire opportunità per il loro futuro in connessione con i valori della Riserva della Biosfera Isole di Toscana.....	15
F. Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	16
G. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi di eccellenza.....	16
H. Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" e dei suoi prodotti	17
I. 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.....	17
Relazione tra obiettivi generali e obiettivi specifici.....	18
4. TARGET DEL PIANO DI COMUNICAZIONE	19
I target interni	19
Community leaders	19
Local Businesses	19
Children & Youth.....	20
Local Residents.....	20
I target esterni	21
Visitatori.....	21
Università ed Enti di Ricerca	21
Giovani (Under 30)	22
Scuole	22
Network nazionale ed internazionale MAB.....	22

5.	LOGO "ISTITUZIONALE" E PROMOZIONALE DELLA RISERVA DELLA BIOSFERA	23
	Il logo istituzionale.....	23
	Il logo promozionale	24
6.	ATTIVITÀ E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE.....	25
	Strumenti di comunicazione	29
	Sito Internet www.isoleditoscanamabunesco.it	29
	Newsletter.....	30
	Video #MABISPROUDTOSHARE.....	32
	Social Media	33
	Flyer.....	35
	Brochure	36
	Carta Illustrata dei valori MAB UNESCO.....	37
	Totem in Centri Visita Parco e musei locali.....	38
	Roll-up banner.....	39
	Cartelli della Riserva della Biosfera nei Comuni.....	40
	Gadget.....	41
	Campagne pubblicitarie web	42
	Attività di comunicazione.....	43
	Comunità Redazionale diffusa.....	43
	Cicli di incontri Webinar su vari temi ospitando buone pratiche di altre RB italiane ed europee	44
	Festa di compleanno della Riserva della Biosfera (iniziativa annuale)	45
	Mostra itinerante.....	46
	Ufficio stampa	47
7.	CRONOPROGRAMMA ATTUAZIONE DEL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	48
8.	MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE.....	49

1. INTRODUZIONE E RIFERIMENTI

Le Riserve della Biosfera riconosciute dall'UNESCO nell'ambito del Programma "Man and Biosphere (MAB)" hanno un obiettivo e una visione comune: lo sviluppo sostenibile.

UNESCO ha infatti individuato il Programma MAB come lo strumento più efficace per perseguire gli 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. Le tre funzioni principali che il Programma MAB assegna a ciascuna Riserva della Biosfera (Conservazione, Sviluppo, Logistica¹) consentono infatti di perseguire un approccio olistico allo sviluppo di un territorio e delle comunità che lo vivono, divenendo laboratori di sperimentazione ed innovazione per buone pratiche di sostenibilità.



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

Le Riserve della Biosfera devono perseguire lo sviluppo sostenibile non in modo autoreferenziale, finalizzandolo solo ai territori e alle comunità residenti all'interno dei propri confini, ma devono ambire ad essere modello positivo ed ispirare il cambiamento anche ai territori limitrofi e più in generale a tutti i soggetti con i quali entrano in relazione. Ciò comporta la capacità di comunicare e promuoversi con autorevolezza e coerenza, sia a livello locale che nazionale e globale, proponendo la Riserva della Biosfera quale luogo di incontro e di scambio, idoneo a supportare sempre nuove forme di collaborazione.

In tal senso, sono numerosi gli esempi di progetti di comunicazione sviluppati all'interno del network MAB UNESCO che possono essere considerati buone pratiche rispetto alla possibilità di informare le persone sui principi dello sviluppo sostenibile, aumentando la consapevolezza delle comunità locali ed internazionali sulla necessità di adottare stili di vita e scelte ad essi coerenti.

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.

Per questi motivi, il Programma MAB ha identificato nella comunicazione un'opportunità strategica, 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.

Analogamente, l'attività di comunicazione della Riserva della Biosfera Isole di Toscana ha come finalità principali quelle di veicolare i valori della Riserva della Biosfera e di promuovere la cultura della sostenibilità. Si tratta quindi in primo luogo di attività di comunicazione volte ad 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 della Biosfera Isole di Toscana e dei valori perseguiti, sia all'interno della comunità locale, sia nel contesto internazionale.

La Riserva della Biosfera Isole di Toscana, attraverso il Piano di Comunicazione Triennale 2021-2023, 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.

Il presente documento è stato redatto tenendo in considerazione ed 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 Toolkit ⁴
- UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan⁵
- Linee Guida Nazionali per le Riserve della Biosfera in Italia ⁶
- 2017 MAB Youth Forum Declaration ⁷
- 2019 MAB Youth Forum Declaration⁸
- UNESCO Background Guide 2019⁹
- UNESCO MAB Webinar Series 2020¹⁰

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

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

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

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

⁶ http://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/>

2. LA COMUNICAZIONE DELLE RISERVE DELLA BIOSFERA MAB UNESCO

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

- il [sito web](#)
- la pagina Facebook [UNESCO MAB Programme](#)
- il profilo Instagram [UNESCO MAB programme](#)
- il canale YouTube [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 714¹³) 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.

La mission e i valori

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

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**.

Esaltare la vita

Il valore della «Positività»

Celebriamo le persone e la natura

Trovare soluzioni modello

Il valore dell' «Innovazione»

Esploriamo nuove modalità ogni giorno

Responsabilizzare le persone

Il valore della «Partecipazione»

Facilitiamo la partecipazione

Essere insieme

Il valore della «Collettività»

Siamo parte di qualcosa di più grande

Per attuare la mission del network mondiale delle Riserve della Biosfera, il Toolkit dell'EuroMAB individua come fondamentale il coinvolgimento delle comunità locali (cfr. valore **"Partecipazione"**) e, più in generale, di tutti gli attori che operano ed hanno interessi nel territorio di ciascuna Riserva della Biosfera. Tutti coloro che vivono e lavorano nelle Isole di Toscana devono essere, quindi, i primi destinatari di un'azione di conoscenza e di avvicinamento alla

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 2020

Riserva della Biosfera, affinché ne diventino *testimonial*, moltiplicando il potenziale comunicativo e di marketing territoriale degli Enti gestori. Tanto più ampio sarà il numero di soggetti territoriali che comprenderà il valore ed il potenziale di "essere Riserva della Biosfera", tanto più diffusa, omogenea ed efficace sarà la promozione della Riserva della Biosfera Isole di Toscana. Le coscienze singole, come quelle collettive, devono comprendere a pieno la funzione 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 Isole Toscane 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 su cosa è una Riserva della Biosfera, perché è importante per gli altri e come le persone possono partecipare. Il cambio di paradigma, attualizzato nel "MAB Branding and Story Toolkit", è l'ispirazione per creare piani di comunicazione più dinamici ed efficaci.



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 esplora 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).

Presentami

Collegami alla storia della Riserva della Biosfera. Perché è importante per me?

- L'obiettivo del Programma MAB UNESCO
- Perché la tua area è una Riserva della Biosfera e quali opportunità offre alla comunità

Raccontami

Dammi più dettagli su come la Riserva della Biosfera è in rapporto con me

- Cos'è una Riserva della Biosfera UNESCO?
- Quali specifiche sfide locali risolve la tua Riserva della Biosfera?
- In che modo la Riserva della Biosfera risolve le sfide locali per le persone?

Dimostrami

Dammi la prova che la Riserva della Biosfera fa la differenza rispetto allo sviluppo sostenibile

- In che modo la tua Riserva della Biosfera risponde agli obiettivi di sviluppo sostenibile? Sii specifico
- Fornisci un esempio specifico di un progetto che sta creando un futuro positivo per la regione

MAB IS PROUD TO SHARE

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".

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 su illustrati.

Lo strumento attraverso il quale ciascuna Riserva della Biosfera deve raccontare la propria "storia" (cercando di stimolare tutto il mondo) è il **cortometraggio**, che deve 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, condividere perché la vostra 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 ha avuto nella Riserva della Biosfera;
- 5 sec. Dire nella lingua locale: "La mia Riserva della Biosfera è orgogliosa di condividere".

Molti cortometraggi si possono trovare nel gruppo pubblico su Facebook [MAB is ProudToShare](#).

La foundation story

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 Isole di Toscana, a seguito di questo workshop, ha realizzato la propria foundation story.

Benvenuti nella Riserva della Biosfera MAB UNESCO "Isole di Toscana". Sette isole (Gorgona, Elba, Capraia, Pianosa, Montecristo, Giglio e Giannutri) che custodiscono preziosi tesori di biodiversità, uno straordinario patrimonio geologico e geominerario, ma anche testimonianze di notevole valore storico, archeologico e culturale.

La Riserva della Biosfera – che comprende il più grande parco marino d'Europa (il Parco Nazionale Arcipelago Toscano) ed è parte integrante del Santuario Internazionale dei Mammiferi Marini "Pelagos" – è pronta ad emozionarvi.

Nella Riserva della Biosfera "Isole di Toscana" la parola d'ordine è turismo sostenibile. Eventi ed escursioni alla scoperta dei più importanti siti naturalistici e archeologici, trekking, attività in kayak e in mountain-bike, snorkeling, diving e tanto altro ancora in tutte le sette isole. Numerose opportunità per conoscere i segreti di questo favoloso arcipelago nel cuore del Mediterraneo e goderne i paesaggi, i suoni, i colori e i profumi.

Un territorio che racconta la storia dell'uomo, del suo rapporto con l'ambiente naturale e delle tante eccellenze che rappresentano un laboratorio privilegiato per l'educazione allo sviluppo durevole e per la ricerca nel campo delle scienze ambientali marine, delle scienze biologiche, delle scienze della Terra, della storia e dell'archeologia.

Isole in cui sperimentare strategie ed azioni innovative per il contrasto ai cambiamenti climatici, per incentivare la mobilità sostenibile, per promuovere produzioni agro-alimentari di qualità legate alle proprie peculiarità climatiche ed agronomiche, ma anche per contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, in sinergia con le Riserve che aderiscono alla rete internazionale e in coerenza con il Programma MAB UNESCO.

Il cortometraggio Proud to Share delle Isole di Toscana

La Riserva della Biosfera delle Isole Toscane ha già realizzato il cortometraggio MAB is Proud To Share, che è visibile sul canale YouTube della Riserva della Biosfera:
<https://youtu.be/KLfQEcW9vDY>



3. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Obiettivi generali

Il presente Piano di Comunicazione Triennale è il primo per la Riserva della Biosfera Isole di Toscana ed in quanto tale è da considerarsi uno strumento che contribuisce a **rafforzarne i caratteri identitari e fondanti**. Un obiettivo generale del Piano di Comunicazione è pertanto evidenziare l'identità della Riserva della Biosfera Isole di Toscana, 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 "Isole di Toscana" 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 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 "uomo-natura" e promuovendone la visita finalizzata alla fruizione dei valori riconosciuti dall'UNESCO. Il presente Piano di Comunicazione si ispira ai 3 macro-obiettivi definiti dalla "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan"¹⁴, ovvero:



ISPIRARE: avvalendosi anche del potenziale della rete internazionale delle Riserve della Biosfera, condividere storie di impatto ed esperienze di successo, in grado di incoraggiare le comunità e le imprese a comprendere il valore di perseguire lo sviluppo sostenibile e gli obiettivi del Programma MAB.

APPARTENERE: accrescere l'orgoglio di appartenere ad una Riserva della Biosfera e di essere parte di un network globale che sostiene le persone nell'impegno a perseguire lo sviluppo sostenibile.

RESPONSABILIZZARE: stimolare l'impegno delle persone per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile e costruire la loro partecipazione attiva nella Riserva della Biosfera, nei suoi processi decisionali, così come nelle progettualità concrete.

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

Obiettivi specifici

A. Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste

La Riserva della Biosfera Isole di Toscana è stata istituita dall'UNESCO nel 2003; tuttavia è stato solo con il recente rinnovo del riconoscimento, nel 2015, coincidente anche con un significativo allargamento del perimetro della Riserva della Biosfera, che la comunicazione connessa alle "Isole di Toscana" si è strutturata, dapprima negli strumenti di comunicazione del Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano (soggetto coordinatore della Riserva della Biosfera), poi in quelli della rete MAB nazionale (grazie alla partecipazione a diversi progetti ed iniziative), 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 Isole di Toscana necessita ancora oggi di **"far sapere che esiste"**, in primis alla comunità locale, che non ha ancora completamente acquisito 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 Isole di Toscana 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 ad essere conosciuti e riconosciuti 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 Isole di Toscana, stimolandoli ad una conoscenza approfondita dei propri valori e al contempo responsabilizzandoli sulle corrette modalità per vivere un'esperienza di visita sostenibile.

B. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera Isole di Toscana

Il riconoscimento a Riserva della Biosfera è stato concesso alle Isole di Toscana soprattutto in virtù del rapporto equilibrato tra uomo e biosfera creatosi nel corso degli ultimi millenni. In questo arcipelago, infatti, l'uomo si è integrato nei secoli con la natura plasmandola e sfruttandone le risorse, ma conservando allo stesso tempo la sua eccezionale geodiversità e straordinaria biodiversità (qui si trovano rare specie endemiche di natura vegetale e animale, nonché una ricca popolazione bentonica ed ittica).

Il riconoscimento come Riserva della Biosfera è tuttavia correlato anche alla sfida che le comunità odierne devono affrontare, per far sì che l'equilibrio uomo-natura sia rispettato, cercando di indirizzare verso paradigmi di sostenibilità lo sviluppo socio-economico che sta caratterizzando le Isole di Toscana soprattutto negli ultimi decenni. Ciò riguarda in particolar modo la principale attività economica, il turismo, ancora prevalentemente balneare, ma sempre più connessa alle esperienze: la conoscenza della natura, ad esempio, ma anche il geoturismo connesso allo straordinario patrimonio geologico e geominerario e la scoperta delle produzioni agroalimentari e dei piatti tipici.

La comunicazione della Riserva della Biosfera Isole di Toscana dovrà quindi saper enfatizzare questi due 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 tale equilibrio, ponendo su di esso le basi per uno sviluppo socio-economico sostenibile.

C. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera

Nella Riserva della Biosfera Isole di Toscana è presente un ricco mosaico di valori ambientali, storici e culturali. Tra i principali valori naturali rientrano i 20 siti della Rete Natura, gli habitat naturali e le 37 specie animali di interesse comunitario presenti nella Riserva della Biosfera, così come l'incredibile gamma di diversità geologica e geomineraria dell'arcipelago ed il fatto che le acque che lo circondano fanno parte del Santuario Internazionale dei Mammiferi Marini "Pelagos" del Mediterraneo. Tra i valori antropici, il fatto che queste isole sono state frequentate dall'uomo fin dalla preistoria: ne sono testimonianza circa 30 siti preistorici, numerosi siti etruschi collegati alle attività minerarie e alcuni resti di ville romane marittime. Ai valori antropici si aggiungono i valori culturali immateriali delle comunità locali, per lo più connessi alle tradizioni rurali e alla pesca, ai riti religiosi e alle dinamiche antropologiche derivanti da forme economiche oggi dismesse, come le tonnare e l'industria estrattiva mineraria.

Questo mosaico 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.

D. Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs

Grazie all'agire del Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano e di molti altri soggetti pubblici e privati, nella Riserva della Biosfera Isole di Toscana sono numerose e rilevanti le progettualità e le iniziative realizzate nel recente passato ed attualmente in corso che evidenziano l'impegno di questo territorio verso lo sviluppo sostenibile. Le attività e i risultati di tali progetti ed iniziative, tuttavia, non sempre sono stati comunicati evidenziandone l'interconnessione tra loro e mostrando come essi contribuiscano all'attuazione a livello locale dei 17 Obiettivi Globali di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

La Riserva della Biosfera Isole di Toscana, 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 agli 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 ad altri territori di replicare le buone pratiche realizzate nelle Isole di Toscana e contestualmente di ricevere da altre Riserve della Biosfera riscontri e stimoli a migliorare ancora di più i progetti in corso.

E. Ispirare i giovani a percorsi di crescita virtuosi che possano offrire opportunità per il loro futuro in connessione con i valori della Riserva della Biosfera Isole di Toscana

Sia nell'ambito del primo Forum Mondiale dei Giovani MAB UNESCO del 2017 tenutosi in Italia (al quale ha preso parte anche una delegazione di giovani della Riserva della Biosfera Isole di Toscana) 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 Isole di Toscana, dove i settori economici "tradizionali" non sempre sono in grado di soddisfare tutte le aspirazioni professionali dei giovani che vi nascono e crescono.

In tal senso, l'impegno comunicativo della Riserva della Biosfera Isole di Toscana, 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.

F. Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale

La Riserva della Biosfera Isole di Toscana è strettamente correlata al Parco Nazionale Arcipelago Toscano, che ne è il soggetto coordinatore e che è stato, sino ad ora, il principale attuatore della maggior parte delle azioni e dei progetti riconducibili alla Riserva della Biosfera (così come sarà anche il principale soggetto attuatore di questo Piano di Comunicazione). Per di più anche in termini di perimetrazione terrestre, la differenza tra le aree assoggettate alla disciplina del Parco e quelle oggetto del riconoscimento MAB UNESCO è relativamente piccola: basti pensare che i Comuni coinvolti sono gli stessi sia per il Parco che per la Riserva della Biosfera.

Queste circostanze hanno determinato, e determinano tuttora, una difficoltà da parte della comunità locale e degli stakeholder in generale a distinguere l'Ente (il Parco Nazionale) dal riconoscimento UNESCO (la Riserva della Biosfera). Tale sovrapposizione/confusione 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 Nazionale) 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 Isole di Toscana, facendo comprendere loro che anch'essi sono beneficiari/responsabili del riconoscimento MAB UNESCO, al pari del Parco Nazionale. In tal senso sarà molto importante comunicare adeguatamente, una volta costituitasi, la struttura di governance allargata della Riserva della Biosfera, presentando prerogative e protagonisti dei vari organismi che affiancheranno il coordinatore Parco Nazionale nella gestione e valorizzazione del riconoscimento.

G. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi di eccellenza

I network nazionale e mondiale delle Riserve della Biosfera, in costante crescita, si caratterizzano per dinamicità e capacità di sviluppare buone pratiche in tutti gli ambiti dello sviluppo sostenibile. I network sono quindi sia fonte di confronto/ispirazione/formazione, sia occasione per trovare partner, che condividono i propri obiettivi, con cui sviluppare progettualità.

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. 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 delle Isole di Toscana.

I successivi obiettivi saranno perseguiti in stretta relazione con gli obiettivi e gli interventi previsti nell'ambito della certificazione della "Carta Europea del Turismo Sostenibile nelle Aree Protette (CETS)" del Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano.

H. Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" 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 Isole di Toscana 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 Isole di Toscana 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. 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 Isole di Toscana nel proprio Piano d'Azione - necessitano del coinvolgimento della comunità locale ed anche dei visitatori, vista la rilevanza del settore turistico per questo territorio. 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 Isole di Toscana offrono, riducendo il più possibile gli impatti delle attività antropiche sulla biodiversità.

Inoltre, coerentemente alla visione internazionale del Programma MAB e all'approccio globale dello sviluppo sostenibile, la Riserva della Biosfera Isole di Toscana dovrà caratterizzare il proprio messaggio comunicativo, in questo caso soprattutto rivolgendosi ai visitatori, evidenziando che i comportamenti sostenibili non debbano limitarsi a quando si è ospiti per un breve periodo in una Riserva della Biosfera, ma devono essere perseguiti 365 giorni all'anno, ovunque si viva. Così facendo, il grande potenziale attrattivo delle Isole di Toscana sarà "sfruttato" anche in termini di sensibilizzazione e promozione dello sviluppo sostenibile a livello globale.

Relazione tra obiettivi generali e obiettivi specifici

Gli obiettivi specifici del Piano di Comunicazione Triennale della Riserva della Biosfera Isole di Toscana 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 Isole di Toscana, 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.

 ISPIRARE	A. Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste B. Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera C. Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera D. Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs E. Ispirare i giovani a percorsi di crescita virtuosi che possano offrire opportunità per il loro futuro in connessione ai valori della Riserva della Biosfera Isole di Toscana F. Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale
 APPARTENERE	G. Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi di eccellenza H. Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" e dei suoi prodotti
 RESPONSABILIZZARE	I. 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

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.

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, seguendo le indicazioni della "UNESCO MAB - Global Communication Strategy and Action Plan".



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 Isole di Toscana (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
- Media locali
- Insegnanti
- Altri community leaders (artisti, sportivi, imprenditori,...)



Local Businesses

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).

- Imprese
- Associazioni di categoria



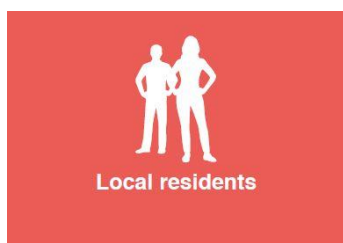
Children & Youth

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).

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



Local Residents

In questo sottogruppo sono considerati tutti i residenti, ma anche coloro che, possedendo degli immobili, trascorrono sulle Isole di Toscana 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

I target esterni

La Riserva della Biosfera Isole di Toscana 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). Tale compito è ancora più rilevante in considerazione dell'attrattività visitatoria che caratterizza l'arcipelago toscano e che lo rende un luogo intensamente frequentato da visitatori di tutte le parti del mondo.

Il turismo, se perseguito mediante dinamiche sostenibili, può essere uno degli ambiti privilegiati per far emergere il valore aggiunto che il riconoscimento MAB UNESCO apporta alle comunità. Il turismo è infatti, 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 "Isole di Toscana" e dei prodotti e servizi che vengono realizzati.

I target esterni, destinatari degli strumenti e delle attività di comunicazione volti a raggiungere gli obiettivi specifici, si possono dettagliare in 5 grandi sottogruppi.

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

Non essendo situati atenei nel territorio delle Isole di Toscana, la Riserva della Biosfera 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 Isole di Toscana 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 "Isole di Toscana" 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.

Network nazionale ed internazionale MAB

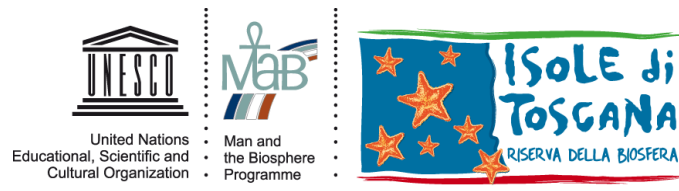
La Riserva della Biosfera Isole di Toscana, come tutte le Riserve della Biosfera, ha il "dovere" di comunicare ed interagire con i soggetti afferenti alla rete internazionale MAB UNESCO. In tal senso sarà altrettanto importante comunicare le sfide perseguite ed i risultati raggiunti dalle Isole di Toscana, 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 Isole di Toscana si avvale di due loghi:

- Logo istituzionale
- Logo promozionale

Il logo istituzionale



Il logo istituzionale è composto da tre elementi (da sinistra verso destra):

- logo UNESCO
- logo Programma MAB
- logo specifico della Riserva della Biosfera

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 Nazionale dell'Arcipelago Toscano) sugli strumenti di comunicazione ufficiali della Riserva della Biosfera e sui propri (sito, social media, carta intestata, cartellonistica,...).

Il coordinatore può concederlo in uso, previa richiesta, ai soggetti pubblici del territorio (Comuni, Scuole, Enti di Ricerca,...), 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.

L'utilizzo di questo logo da parte dei soggetti pubblici del territorio ha un forte impatto in termini di creazione del senso di appartenenza, perché tali soggetti godono di un'alta credibilità da parte della comunità locale.

In sintesi,:

- il logo istituzionale della Riserva della Biosfera Isole di Toscana 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 Isole di Toscana non può essere posto accanto ad altri loghi, ma deve essere utilizzato sempre ben distinto, sia per posizione che per grandezza.

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 concesso¹⁵ 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 Isole di Toscana¹⁶, 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 Isole di Toscana, 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 Isole di Toscana, attraverso prodotti e servizi che, spesso, sono già molto diffusi e caratterizzati da strumenti di marketing efficienti.

¹⁵ 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.

¹⁶ 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. ATTIVITÀ E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

La Riserva della Biosfera Isole Toscane non parte da zero. Alcuni **strumenti di comunicazione** sono stati già predisposti nel corso del 2020, e ciò è funzionale a una più veloce diffusione delle **attività** che saranno approntate a partire già dalla fine del 2020.

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

- Sito Internet
- Pagina Facebook
- Canale YouTube
- Profilo Instagram
- Foundation Story
- Video MAB is Proud to Share

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:

- Newsletter
- Flyer
- Brochure
- Carta Illustrata valori MAB (con zonizzazione)
- Totem in Centri Visita Parco e musei locali
- Roll-up banner
- Cartelli sotto cartelli COMUNI (o anche foto tipo dolomiti UNESCO)
- Gadget
- Campagne pubblicitarie web

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

- Comunità redazionale diffusa
- Cicli di incontri webinar su vari temi ospitando buone pratiche di altre RB italiane ed europee
- Festa di compleanno della Riserva della Biosfera (iniziativa annuale)
- Momenti formativi per i giovani locali e non sui valori della Riserva della Biosfera e buone pratiche network MAB
- Mostra 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, D, F, G, H	Tutti	
Newsletter	A, B, D, F, G, H	Tutti	
Social media	A, B, C, D, E, F, G, H	Tutti	
Foundation Story	A, B, D, F, G	Tutti	
Video #MABISPROUDTOSHARE	A, B, D, F, G	Tutti	
Flyer	A, B, D, F, G	Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato Imprese	Visitatori
Brochure	A, B, C, D, F, G	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Media Locali Altri Community leaders Associazioni di categoria	Università e R&S Scuole Network MAB
Carta Illustrata valori MAB (con zonizzazione)	C, F	Enti Pubblici Locali Governance RB Media locali Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Scuole Network MAB
Totem in Centri Visita Parco e musei locali	A, F	Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Residenti e visitatori abituali	Visitatori Scuole

STRUMENTI	OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	TARGET INTERNI	TARGET ESTERNI
Roll-up banner	A, F	Enti Pubblici Locali Governance RB	
Cartelli sotto cartelli COMUNI (o anche foto tipo Dolomiti UNESCO)	A, F	Enti Pubblici Locali Residenti e visitatori abituali	Visitatori
Gadget	A, 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	B, C, E, I	Altri Community leaders Imprese Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Giovani Under 30
Cicli di incontri webinar su vari temi ospitando buone pratiche di altre RB italiane ed europee	D, G, I	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Imprese Ass. di categoria Giovani under 30	Giovani Under 30 Università e R&S Network MAB
Festa di compleanno della Riserva della Biosfera (iniziativa annuale)	A, B, F	Enti Pubblici Locali Governance RB Media locali Altri Community leaders Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori
Mostra itinerante	B, C	Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali	Visitatori Scuole
Ufficio stampa	tutti	Media locali	Rete MAB nazionale e internazionale

Tabella 2 - Attività di comunicazione

Strumenti di comunicazione

Sito Internet www.isoleditoscanaMABunesco.it

Obiettivi	Target
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza H – Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" e dei suoi prodotti	Tutti

Allo scopo di far comprendere che la Riserva della Biosfera Isole Toscane non è il Parco Nazionale dell'Arcipelago Toscano, il primo passo dal punto di vista della comunicazione è stata la realizzazione di un sito web dedicato alla Riserva della Biosfera: www.isoleditoscanaMABunesco.it.

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. Obiettivo del sito web della Riserva della Biosfera delle Isole Toscane è in particolare quello di colmare la mancanza di informazioni presenti sul territorio circa il prestigioso riconoscimento MAB UNESCO, ricevuto nel 2003 ma al quale non è stata data l'adeguata visibilità.

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 rappresenta 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 fanno dell'Arcipelago Toscano un territorio vocato allo sviluppo sostenibile e che ha permesso di ottenere il prestigioso riconoscimento MAB UNESCO. Al suo interno quindi saranno contenuti progetti non solo del Parco Nazionale, 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.

Grazie al sito sarà possibile evidenziare l'appartenenza del territorio ad un network mondiale come quello delle Riserve della Biosfera, un network di territori riconosciuti dall'UNESCO, legando quindi il nome delle Isole di Toscana - già molto conosciuto - a questo forte brand, con possibili importanti ricadute sul turismo.

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.

Newsletter

Obiettivi	Target
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F – Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza H – Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" e dei suoi prodotti	Tutti

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, 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 aggiunto un numero significativo di iscritti, può essere usata per profilare e raggiungere in modo diretto alcuni gruppi o segmenti di essi, che diventano destinatari di comunicazioni *ad hoc* sempre più in linea con i loro interessi.

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.

Foundation Story

Obiettivi specifici	Target
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F - far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza	Tutti

La "Foundation Story" della Riserva della Biosfera Isole di Toscana è, come dice la parola stessa, la Storia fondante del riconoscimento MAB UNESCO, enunciata secondo le indicazioni contenute nell' "UNESCO MAB Brand & Story Toolkit" - illustrate nella parte iniziale di questo Piano di Comunicazione.

La Foundation Story, racchiudendo in sé tutti gli elementi salienti, è il cardine di tutto il Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera e va quindi declinata in modo coerente in tutti gli strumenti di comunicazione, in particolare quelli generalisti, rivolti a tutti i target, come sito, newsletter e canali social; ma può essere utilizzata in modo funzionale anche su altri strumenti, quali il flyer, la brochure e diffusa attraverso le attività di comunicazione a tutti gli stakeholder – il testo di questa storia è stato peraltro utilizzato per realizzare il video #MABISPROUDTOSHARE di cui parleremo subito dopo.

Tutti coloro che sono interessati alla comunicazione e al futuro della Riserva della Biosfera dovrebbero quasi conoscere a memoria le parole di questa Foundation Story, come fosse una poesia, perché focalizza efficacemente alcuni aspetti fondamentali: perché la Biosfera è importante, in che modo è collegata a me, perché fa la differenza.

Benvenuti nella Riserva della Biosfera MAB UNESCO "Isole di Toscana". Sette isole (Gorgona, Elba, Capraia, Pianosa, Montecristo, Giglio e Giannutri) che custodiscono preziosi tesori di biodiversità, uno straordinario patrimonio geologico e geominerario, ma anche testimonianze di notevole valore storico, archeologico e culturale.

La Riserva della Biosfera – che comprende il più grande parco marino d'Europa (il Parco Nazionale Arcipelago Toscano) ed è parte integrante del Santuario Internazionale dei Mammiferi Marini "Pelagos" – è pronta ad emozionarvi.

Nella Riserva della Biosfera "Isole di Toscana" la parola d'ordine è turismo sostenibile. Eventi ed escursioni alla scoperta dei più importanti siti naturalistici e archeologici, trekking, attività in kayak e in mountain-bike, snorkeling, diving e tanto altro ancora in tutte le sette isole. Numerose opportunità per conoscere i segreti di questo favoloso arcipelago nel cuore del Mediterraneo e goderne i paesaggi, i suoni, i colori e i profumi.

Un territorio che racconta la storia dell'uomo, del suo rapporto con l'ambiente naturale e delle tante eccellenze che rappresentano un laboratorio privilegiato per l'educazione allo sviluppo durevole e per la ricerca nel campo delle scienze ambientali marine, delle scienze biologiche, delle scienze della terra, della storia e dell'archeologia.

Isole in cui sperimentare strategie ed azioni innovative per il contrasto ai cambiamenti climatici, per incentivare la mobilità sostenibile, per promuovere produzioni agro-alimentari di qualità legate alle proprie peculiarità climatiche ed agronomiche, ma anche per contribuire al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030, in sinergia con le riserve che aderiscono alla rete internazionale e in coerenza con il Programma MAB UNESCO.

Video #MABISPROUDTOSHARE

<u>Obiettivi</u>	<u>Target</u>
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F – Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza	Tutti

Lo strumento principale attraverso il quale la Riserva della Biosfera Isole di Toscana racconta la sua storia è il cortometraggio #MABISPROUDTOSHARE. Si tratta dello strumento di maggiore impatto sugli stakeholder perché è uno strumento visivo, che acquista emozionalità anche dal fatto che è realizzato con una struttura analoga a quella impiegata da tutte le Riserve della Biosfera del mondo (durata di un minuto, sottotitoli in inglese, riferimento agli Obiettivi dell'Agenda 2030 con le icone colorate identificative).

Il video è presente sul canale YouTube della Riserva della Biosfera:

<https://youtu.be/KLfQEcW9vDY>

Il video realizzato nell'ambito di #MABISPROUDTOSHARE rappresenta il primo di una serie di altri cortometraggi 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. Insieme ai video verrà prodotta anche la struttura dei video da condividere con i soggetti del territorio che collaboreranno con la Riserva della Biosfera e ai quali verrà chiesto di realizzare un breve video di descrizione del progetto.

Social Media

Obiettivi	Target
A - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste B.- Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera C.- Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera D. - Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs E. - Ispirare i giovani a percorsi di crescita virtuosi che possano offrire opportunità per il loro futuro in connessione ai valori della Riserva della Biosfera Isole di Toscana F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G.- Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi di eccellenza H. - Avvalersi del potenziale del brand UNESCO in termini di attrattività della destinazione "Isole di Toscana" e dei suoi prodotti	Tutti

I social media oggi sono uno strumento di comunicazione indispensabile per costruire relazioni con i propri pubblici di riferimento, sia interni (come la comunità locale, le imprese, il mondo dell'associazionismo e gli enti pubblici), sia esterni (in primis i visitatori, che scelgono il territorio delle Isole di Toscana per trascorrervi le loro vacanze).

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 Isole di Toscana 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.

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.

Attraverso i social media si può meglio sottolineare la distinzione tra il Parco Nazionale - 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 come si è parte di qualcosa di più grande.

Le connessioni che si vengono a creare sono strumenti utili per collegare al territorio delle Isole di Toscana, e anche il brand UNESCO, con le ricadute in termini di immagini e attrattività.

Per tutte queste ragioni la Riserva della Biosfera Isole di Toscana ha provveduto nel 2020 ad attivare tre canali social:

1. la pagina Facebook denominata Isole di Toscana_MAB_UNESCO (account @isoleditoscanaMAB) all'indirizzo <https://www.facebook.com/isoleditoscanaMAB/>
2. il profilo Instagram denominato Riserva MAB Isole di Toscana (account @isoleditoscanaMABunesco) all'indirizzo <https://www.instagram.com/isoleditoscanaMABunesco/>
3. il canale YouTube denominato MABunescoisoleditoscana riservadellabiosfera all'indirizzo <https://www.youtube.com/channel/UCSdGoCgfpzbaAAVTU1X1Qrg>

Flyer

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F – Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza	Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato Imprese	Visitatori

Per flyer si intende un pieghevole di poche ante in duplice lingua (italiano e inglese) 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 vista in precedenza, testo in italiano con traduzione in inglese. Ai contenuti della Foundation Story vanno aggiunti:

- un paragrafo sulla governance sintetizzato dalla pagina del sito: <https://www.isoleditoscanaMABunesco.it/governance/>
- un paragrafo sul network mondiale MAB sintetizzato dall'infografica presente sul sito nella pagina: <https://www.isoleditoscanaMABunesco.it/riserve-della-biosfera/>
- il riferimento agli UN SDGs che può essere mutuato dal video #MABIS ProudToShare;
- 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:

- Centri visita del Parco Nazionale;
- Punti di informazione e di accoglienza turistica
- Esercizi commerciali;
- Sedi delle associazioni culturali, ricreative e sportive;
- Sedi delle associazioni di categoria.

Brochure

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A – Far sapere che la Riserva Isole di Toscana esiste B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera C – Far conoscere le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera D – Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs F – Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale G – Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi d'eccellenza	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Media Locali Altri Community leaders Associazioni di categoria	Università e R&S Scuole Network MAB

La brochure è una pubblicazione di circa 12 facciate in formato A4, caratterizzata da un aspetto editoriale curato, la cui finalità è quella di presentare con esaustività la Riserva della Biosfera a target selezionati e rappresentativi. In particolare la brochure sarà destinata alle occasioni quali convegni, seminari, fiere, ma anche a incontri del network MAB UNESCO a livello nazionale ed internazionale.

Destinatari di questa brochure saranno 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;
- carta illustrata dei valori MAB UNESCO (vedi strumento successivo).

La brochure deve essere realizzata in due versioni linguistiche:

- italiano
- inglese.

Come per il flyer si dovrà prestare attenzione alla sua stampa certificata FSC o PEFC.

Carta Illustrata dei Valori MAB UNESCO

Obiettivi	Target interni	Target esterni
C. - Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	Enti pubblici locali Governance RB Media locali Insegnanti Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Giovani U30 Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Scuole Network MAB

La Carta Illustrata dei Valori MAB UNESCO è uno strumento che vuole raccogliere in un unico luogo, fisico o virtuale, le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) che hanno consentito al territorio di ottenere il riconoscimento MAB UNESCO. Tra questi troviamo ad esempio:

- produzioni tipiche locali dalla particolare specie di albero da frutto ad esempio, al metodo di produzione di un prodotto enogastronomico
- elementi naturalistici (una pianta che è localizzata in un unico luogo, una specie animale che è più facile individuare in una zona delle Isole di Toscana,...)
- luoghi particolari come ex miniere, santuari, chiese
- luoghi in cui sono presenti particolari tradizioni (sagre,...)

La Carta Illustrata, di carattere puramente promozionale, deve essere uno strumento agile: semplice ed economico da produrre (usando supporti di qualità medio-bassa), facile da leggere (grazie a immagini e icone). La scelta di prediligere materiali e supporti di minor qualità è funzionale ad avere una tiratura cospicua e una ampia distribuzione. In questo modo il territorio trasmette un'immediata percezione del suo valore e stimola alla visita dello stesso.

La Carta illustrata deve fungere da presentazione a tutto tondo del territorio, offrendo spunti non solo conoscitivi/informativi, ma anche consigli di visita per la sua scoperta. Infatti, può essere usata non solo come mappa da distribuire ai visitatori nei punti informativi e nei centri visita del Parco, presso gli uffici delle Pro Loco, ma anche agli stessi residenti che talvolta dimenticano o ignorano le peculiarità del proprio territorio.

Inoltre, la carta illustrata è utile per comprendere come la Riserva della Biosfera sia un'entità separata rispetto al Parco. Infatti, raccogliendo sia i valori ambientali, che quelli economici e culturali (siano essi tangibili o intangibili) è in grado di descrivere in modo visivo l'importante differenza tra i due tipi di riconoscimento.

In generale, la carta illustrata è uno strumento versatile (è prima di tutto un'immagine) che può ben integrarsi anche in altri strumenti di comunicazione (come la brochure, i pannelli, i rollup banner), pur avendo una funzione propria - se stampata in grandi tirature e distribuita nei centri visita, nei punti informativi oppure come tovaglietta usa e getta per gli esercizi della ristorazione.

Totem in Centri Visita Parco e musei locali

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A. - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	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 Centri Visita, dei Punti Informativi del Parco dei 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'appello visivo, e saranno strutturati concettualmente in tre parti distinte, ognuna riferita a un tema diverso, ad esempio:

- Carta Illustrata dei Valori della Riserva della Biosfera MAB UNESCO
- Informazioni generali sul programma MAB UNESCO e sul riconoscimento a Riserva della Biosfera delle Isole di Toscana
- QR Code con collegamento al video MAB IS PROUD TO SHARE
- Link a sito web e social.

Roll-up banner

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A. - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	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 ritiene opportuno 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 Isole di Toscana (Programma MAB UNESCO; perimetrazione/zonizzazione, governance...)
- la biodiversità dell'Arcipelago Toscano
- i valori antropici dell'Arcipelago Toscano (lavori, tradizioni, prodotti tipici)
- gli elementi storici/architettonici/culturali (musei, monumenti, centri storici)
- le possibilità di fruizione della Riserva della Biosfera (birdwatching, bicicletta, trekking, diving, 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 Nazionale, quindi afferente a capacità e funzioni distinte.

Cartelli della Riserva della Biosfera nei Comuni

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A. - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	Enti Pubblici Locali Residenti e Visitatori abituali	Visitatori

I cartelli sono pannelli da apporre sotto le indicazioni di ingresso all'interno di un territorio comunale che riportano il logo istituzionale con una scritta descrittiva ad esempio "Siete all'interno della Riserva della Biosfera Isole di Toscana".

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

Tale strumento di comunicazione è rivolto sia ai residenti e visitatori abituali, per accrescerne la consapevolezza dell'importante riconoscimento e stimolarne la partecipazione ad una loro tutela attiva, sia ai visitatori, per informarli sui valori che, spesso nascosti o poco riconoscibili, le Isole di Toscana possono offrire loro in termini culturali e ambientali.

Gadget

Obiettivi	Target interni	Target esterni
A. - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	Studenti s. primarie Studenti s. secondarie Residenti e Visitatori abituali Ass. di Volontariato	Visitatori Scuole

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 non vi si è recata.

Esiste una pletera 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, 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).

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, pesca, arrampicata, vela, mare...). 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 Isole di Toscana.

La vendita dei gadget dovrà essere organizzata in modo efficace, seguendo precisi criteri. Oltre ad essere attivata nei centri visita del Parco, 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:

- 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, incluso l'andamento della spesa: 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).

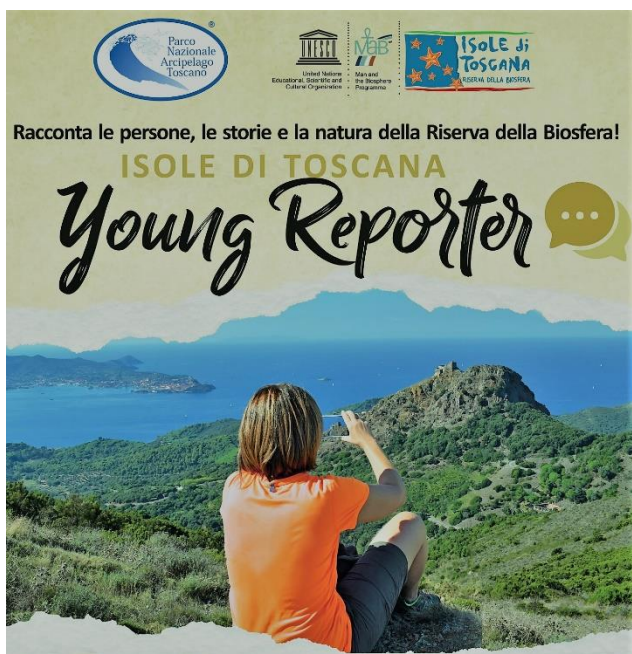
Un ottimo obiettivo per una campagna pubblicitaria online è ad esempio quello di aumentare il numero di iscritti alla Newsletter.

Si consiglia di ideare campagne pubblicitarie direttamente in lingua inglese e tedesca, in particolar modo per quanto riguarda la promozione integrata del territorio ai potenziali visitatori.

Attività di comunicazione

Comunità Redazionale diffusa

Obiettivi	Target interni	Target esterni
B – Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera C – Far conoscere e valorizzare le peculiarità ambientali e culturali (tangibili ed intangibili) del territorio e delle comunità locali della Riserva della Biosfera E – Ispirare i giovani a percorsi di crescita virtuosi che possano offrire opportunità per il loro futuro in connessione ai valori della Riserva della Biosfera I – 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	Altri Community leaders Imprese Studenti s. secondarie Giovani under 30 Residenti e visitatori abituali Ass. di volontariato	Visitatori Giovani Under 30



Per stimolare nei giovani il desiderio di scoprire le eccellenze ambientali e culturali delle Isole di Toscana, 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 2021 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 Isole di Toscana per motivi di vacanza, avrà il compito di

alimentare il sito web e i canali social della Riserva della Biosfera, di storie e di contenuti multimediali, mettendo in pratica le tecniche di Storytelling viste nella parte iniziale di questo documento.

Affinchè diventino una Comunità Redazionale diffusa, i giovani saranno opportunamente formati, previa selezione tramite bando del Parco Nazionale, mediante alcuni corsi online sia sul piano tecnico (Strumenti di web marketing e gestione di un Piano Redazionale condiviso), sia sul piano dei contenuti (il Programma MAB UNESCO e la rete mondiale delle Riserve della Biosfera, le eccellenze naturali e culturali delle Isole Toscane, la strategia di comunicazione #MABISPROUDTOSHARE).

Cicli di incontri Webinar su vari temi ospitando buone pratiche di altre RB italiane ed europee

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
D.- Enfatizzare i progetti e le iniziative che fanno delle Isole di Toscana un territorio vocato alla sostenibilità sottolineando la connessione con i 17 UN SDGs G. - Valorizzare l'appartenenza a un network mondiale di luoghi di eccellenza I. - 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	Enti Pubblici Locali Governance RB Insegnanti Imprese Ass. di categoria Giovani under 30	Giovani under 30 Università e R&S Network MAB

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 Isole di Toscana 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 Isole di Toscana e 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.

Festa di compleanno della Riserva della Biosfera (iniziativa annuale)

<u>Obiettivi</u>	<u>Target interni</u>	<u>Target esterni</u>
A. - Far sapere che la Riserva della Biosfera Isole di Toscana esiste B - Comunicare e rafforzare i caratteri identitari e fondanti della Riserva della Biosfera F. - Far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale	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 Isole di Toscana. 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.

Mostra itinerante

Al fine di rafforzare l'identità locale e avviare un progetto con le scuole del territorio si realizzerà

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

nel corso dei tre anni di validità del Piano di Comunicazione una mostra itinerante che illustri i principali valori delle Isole di Toscana 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 scuola, 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. 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 Isole di Toscana.

Ufficio stampa

L'attività di ufficio stampa per la Riserva della Biosfera verrà gestita dal soggetto coordinatore in

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

parallelo all'attività già svolta. Si tratta di un'attività molto delicata per il raggiungimento dell'obiettivo di far comprendere che la Riserva della Biosfera non è il Parco Nazionale, che richiederà un grande impegno nel veicolare i messaggi corretti ai media locali.

Si suggerisce 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 Nazionale, 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 Isole di Toscana, 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	Realizzato	2021				2022				2023			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Sito web													
Newsletter													
Social media													
Foundation story													
#MABISPROUDTOSHARE													
Flyer													
Brochure													
Carta illustrata													
Totem													
Roll-up banner													
Cartelli stradali													
Gadget													
Campagne pubblicitarie web													

Attività	Realizzato	2021				2022				2023			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Campagne pubblicitarie													
Comunità Redazionale Diffusa													
Webinar													
Festa di Compleanno													
Mostra itinerante													
Ufficio stampa													

8. MONITORAGGIO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

Il monitoraggio del Piano di Comunicazione della Riserva della Biosfera Isole di Toscana 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 Internet	l'incremento del traffico attraverso un confronto dell'andamento del sito negli ultimi 12 mesi con i 12 mesi precedenti
Newsletter	il tasso di crescita degli iscritti, le percentuali di apertura (open rate) e di clic su un link (clic rate)
Social media	• 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
Flyer	numero di flyer distribuiti
Brochure	numero di brochure distribuite
Carta Illustrata valori MAB (con zonizzazione)	numero di Carta illustrata distribuite
Totem in Centri Visita Parco e musei locali	numero di Totem distribuiti
Roll-up banner	numero di volte in cui sono stati utilizzati
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	• numero membri della comunità redazionale • numero articoli/post pubblicati
Cicli di incontri webinar su vari temi ospitando buone pratiche di altre RB italiane ed europee	• numero di webinar • numero di partecipanti ai webinar
Festa di compleanno della Riserva della Biosfera (iniziativa annuale)	• numero di partecipanti all'iniziativa
Mostra itinerante	• numero di diversi allestimenti • numero di giorni di allestimento • numero di visitatori (o stima)
Ufficio stampa	• 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 stato 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 Isole di Toscana 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.