



Spray Nasale e Orale Anti Covid -19 ingegnerizzato con liposomi



SPRAY ANTI COVID -19

WP2 – A2.1 – P4
PIANO DI COMUNICAZIONE
ID progetto 3147504

Sommario

Breve descrizione del progetto	5
Contesto	5
Target group:.....	5
Risultati attesi di progetto:	5
Partner di progetto	5
Schema del Piano di Comunicazione	6
Principi chiave	6
Comunicazione interna ed esterna	6
Linea temporale	7
Principali indicatori chiave	8
Gli strumenti e le azioni di diffusione	8
Strategia di comunicazione	9
Diffusione della consapevolezza	9
Diffusione per la comprensione.....	10
Diffusione per l'azione	10
Gantt delle azioni di comunicazione	12
MODELLO DI RACCOLTA DELLE ATTIVITA' DI DISSEMINAZIONE	13

Breve descrizione del progetto

Contesto

Il progetto SPRAY vede la cooperazione in partenariato transfrontaliero tra DGP PHARMA srl, azienda farmaceutica italiana specializzata nella produzione di integratori alimentari e dispositivi medici con formulazioni innovative, del Consorzio IBIS (Novara - Italia) co-gestore del Polo di Innovazione del Piemonte Green Chemistry and Advanced Materials, e di VB Technochemicals SA (Canton Ticino-Svizzera), azienda specializzata nelle formulazioni e nella loro caratterizzazione. Lo scopo del progetto è quello di ricercare, formulare, studiare e validare uno spray nasale e spray orale utile per la profilassi al COVID-19. Si selezioneranno alcuni estratti vegetali con proprietà antibatteriche e antivirali che si intendono ingegnerizzare: verranno infatti selezionate alcune molecole ed estratti vegetali che verranno formulate con olii auto emulsionanti per creare dei nanoliposomi che massimizzano l'assorbimento nelle membrane plasmatiche, nella mucosa nasale e mucosa orale.

Inoltre, si studierà anche la possibilità di creare, con gli ingredienti del prodotto, un'ambiente con un Ph tale da inibire la crescita del virus. E' probabile che il prodotto formulato riesca anche a competere con i virus per l'entrata nelle cellule dell'organismo: la sua efficacia verrà testata e validata in vitro. Il prodotto vuole essere una misura di prevenzione all'infezione del COVID-19 in quanto potrà inibire sia direttamente (azione antivirale degli estratti vegetali ingegnerizzati) sia indirettamente (competizione ai di siti ancoraggio COVID-19 sull'epitelio della mucosa) l'entrata del virus nell'organismo. Il prodotto non vuole sostituire le indicazioni del Ministero della salute relative all'uso di mascherine, distanziamento fisico, utilizzo di vaccini o farmaci per il Covid ma vuole essere di aiuto in qualità di ulteriore strato protettivo. Il prodotto avrà altresì le caratteristiche per essere una soluzione preventiva per le patologie respiratorie virali compresa l'influenza stagionale.

Target group:

- Stakeholder principali sono le case farmaceutiche che, in futuro, potranno portare sul mercato il farmaco inizialmente sviluppato da SPRAY. Grazie alle reti di collaborazione di DGP Pharma e VB Techno e al coinvolgimento di IBIS quale cluster di aziende chimico-farmaceutiche e cogestore del Polo di Innovazione piemontese CGREEN, saranno approfonditi nel tempo i contatti con ulteriori partner industriali che potrebbero finanziare le fasi iniziali di futuri trial clinici.
- I destinatari finali, di lungo termine, sono i cittadini impegnati nella lotta contro Covid-19.

Risultati attesi di progetto:

Produzione prototipale dei 2 dispositivi medici in SPRAY (uno ad uso orale e uno ad uso nasale)

Partner di progetto

Capofila italiano

DGP PHARMA S.R.L.

info@dgp-pharma.it

Partner italiano

IBIS - INNOVATIVE BIO-BASED AND SUSTAINABLE PRODUCTS AND PROCESSES

direzioneibis@poloibis.it

Capofila svizzero

VB Technochemicals SA

admin@vbtechno.ch

Schema del Piano di Comunicazione

Le attività di comunicazione sono di alta priorità in tutti i progetti europei e i risultati contribuiscono alla condivisione delle conoscenze prodotte, alla trasparenza dei processi e delle metodologie, nonché alla continuità dell'impatto dei progetti. L'elaborazione di una strategia di disseminazione e valorizzazione dei risultati è un compito importante del progetto SPRAY, che dovrebbe essere rappresentato in un piano di comunicazione, con l'obiettivo di organizzare le relative attività da realizzare durante il ciclo di vita del progetto. Questo piano prevede, durante tutte le fasi del progetto e fin dall'inizio, di individuare nei due paesi partner i soggetti/attori maggiormente interessati a divulgare ulteriormente le informazioni e i dati progettuali. Il piano di comunicazione sarà quindi uno strumento per l'organizzazione della diffusione del progetto, il monitoraggio e il controllo, al fine di garantire il raggiungimento dei suoi obiettivi.

Principi chiave

Tutte le attività saranno incluse nella strategia di diffusione e sfruttamento che si baserà su una serie di principi per coinvolgere tutti i partner in ruoli di diffusione al fine di garantire:

- la partecipazione attiva dei gruppi target, degli stakeholder e delle organizzazioni o attori rilevanti in diverse fasi del progetto
- l'uso degli strumenti e le attività di diffusione appropriati attraverso i canali mediatici appropriati
- l'aggiornamento continuo della pagina web del progetto
- l'ampio utilizzo degli account sui social media per la promozione delle attività del progetto
- il coinvolgimento di potenziali stakeholder e altre organizzazioni per ampliare la rete di collaborazione delle organizzazioni che lavorano verso gli obiettivi del progetto

Comunicazione interna ed esterna

I partner progetteranno e implementeranno una serie di attività per rafforzare la comunicazione e la diffusione all'esterno e all'interno delle organizzazioni partner del progetto e raggiungere un pubblico più ampio.

Comunicazione interna

I deliverable del progetto saranno diffusi internamente da tutte le organizzazioni partner a staff, reti, organizzazioni partner e organizzazioni affiliate.

La comunicazione e il coordinamento interni saranno gestiti su Zoom e Google Meet come piattaforma di comunicazione e coordinamento dei partner per comunicare, Google drive per condividere documenti e link, l'utilizzo del telefono per occasionali chiamate laddove necessario.

Tuttavia, al fine di ottimizzare l'efficienza della comunicazione, la maggior parte di essa sarà condotta in forma scritta tramite e-mail.

Durante l'intero periodo del progetto, la comunicazione del progetto sarà condotta principalmente tra i membri del team coinvolti in ciascuna delle attività. I coordinatori del progetto monitoreranno e affronteranno l'implementazione di ciascuna attività. Inoltre, una costante comunicazione scritta e tramite Zoom/Google Meet tra i membri del team coinvolti nell'implementazione di ciascuna attività avrà luogo. Questa comunicazione sarà attentamente monitorata dai coordinatori del progetto, nel caso in cui siano necessarie soluzioni rapide per eventuali problemi importanti.

Questo documento è concepito come una strategia "in itinere"; i suoi contenuti verranno aggiornati durante la durata del progetto nel caso si rendesse necessario farlo, con un'esaminazione dei progressi ad ogni riunione di gestione del consorzio.

Comunicazione esterna

Dopo lo sviluppo e il completamento dei prodotti concreti, i partner diffonderanno i risultati a livello nazionale e internazionale attraverso le proprie reti e contatti estesi.

WP Leader= Consorzio IBIS. Tutti i partner partecipano. Tutti i partner saranno coinvolti nelle attività comunicative a livello divulgativo, che si protrarranno anche oltre la fine formale del progetto. Sarà garantita una regia unitaria e condivisa grazie all'adozione di un piano di comunicazione e di disseminazione del progetto la cui efficacia sarà monitorata e valutata attraverso una serie di indicatori (tempistiche di realizzazione delle attività di comunicazione, numero di accessi alle pagine dedicate dei siti web dei partner, numero download dei prodotti realizzati, numero di partecipanti ai workshop, seminari di presentazione del progetto e diffusione dei risultati ed analisi per ciascun territorio dell'area, numero richieste specifiche dei dati e delle informazioni veicolate attraverso il progetto, uscite su stampa, numero post dedicati al progetto sui canali social, ecc.). Si implementerà uno spazio web utilizzando strumenti che rispettino le Linee guida per l'informazione e la comunicazione elaborate dal Programma di Cooperazione Interreg e adottando il cosiddetto look and feel previsto dallo stesso. Per la presentazione del sistema Interreg in generale e del progetto SPRAY in particolare, si utilizzeranno inoltre le risorse comunicative del partenariato già in essere, in particolare la pagina facebook di IBIS e il suo sito internet che, in qualità di co-gestore del Polo per la Chimica Verde e i Materiali Avanzati (CGREEN) di Regione Piemonte, è seguito dal sistema poli Piemonte, dagli organismi afferenti alle reti SPRING e ECRN (European Chemical Regions Network), dai poli nazionali afferenti al settore chimico e salute, da studenti ed operatori universitari, dalle associazioni imprenditoriali e di categoria e dalla pubblica amministrazione locale.

Linea temporale

FASE DI CONDIVISIONE E PROMOZIONE INIZIALE (M1-M6). Prevede la creazione dell'identità visiva complessiva del progetto e della pagina web del progetto da parte di IBIS. Tutti i partner identificheranno gruppi rilevanti sui social media (Facebook, Instagram, LinkedIn) a cui unirsi e pubblicheranno notizie sul progetto. Sarà responsabilità di tutti i partner rendere disponibili i collegamenti alla pagina web del progetto nei media digitali, ecc. In questa fase iniziale verranno effettuati i primi contatti con i gruppi target e gli stakeholder del progetto per coinvolgerli.

SECONDA FASE DI CONDIVISIONE E PROMOZIONE (M7-M11). Coinvolge l'implementazione delle principali attività del progetto. Le versioni prefinali dei risultati, così come gli aggiornamenti e le notizie, saranno resi disponibili sulla pagina web del progetto. In questa fase, tutti i partner

informeranno gli stakeholder sui progressi del progetto e sui risultati intermedi attraverso canali adeguati.

FASE INTENSA DI CONDIVISIONE E PROMOZIONE (M12-M13). La fase intensiva di condivisione e promozione sarà focalizzata sulla condivisione mirata e promozione attraverso tutti i canali di comunicazione disponibili. In questa fase i risultati saranno finalizzati, e verranno realizzate una serie di comunicazioni e un evento finale congressuale. Durante questi eventi, i prodotti finali saranno presentati al pubblico informandolo sull'accesso illimitato alla pagina web di progetto e incoraggiandoli ad utilizzare, adattare, riprodurre e condividere quei risultati non coperti da particolari vincoli. In questo modo, verrà tracciato un percorso per la sostenibilità, garantendo la vita dei prodotti oltre il periodo del progetto a livello locale, regionale, nazionale ed europeo.

Principali indicatori chiave

Il successo del piano di comunicazione sarà misurato monitorando i seguenti indicatori:

- *Piano di Comunicazione = 1 previsto
- *Dossier di progetto = 5 previsti
- *Leaflet di progetto = 1 previsto
- *Roll-up di progetto = 3 previsti
- *Pagina web = 1 prevista
- *Pubblicazioni facebook = 10 previste
- *Articoli scientifici = 1 previsto
- *Conferenze stampa = 2 previste
- *Convegno finale = 1 previsto

È molto importante riflettere e valutare gli approcci e gli strumenti di diffusione utilizzati durante l'intero ciclo del progetto. Questo include il monitoraggio dei numeri raggiunti attraverso le diverse azioni di comunicazione, come il numero di persone che hanno partecipato alle attività del progetto; il numero di persone coinvolte attraverso i post sui social media; il numero di persone che hanno partecipato agli eventi quali seminari e/o conferenza finale.

Nel caso in cui certe azioni non si dimostrino efficaci o non portino ai risultati e all'engagement previsti, i partner discuteranno la questione e lavoreranno per identificare strumenti o canali di comunicazione diversi per raggiungere il pubblico target.

Gli strumenti e le azioni di diffusione

Per garantire una diffusione sostanziale delle idee e dei risultati del progetto, i partner faranno uso di diversi strumenti.

I partner metteranno in atto una serie di azioni per raggiungere gli obiettivi e i target di diffusione: **Social Media accounts (= comunicazione digitale):** IBIS utilizzerà i propri social media (Instagram, Facebook) per condividere le attività del progetto. I collegamenti ai deliverable del progetto saranno presenti sui social media, mentre i collegamenti a tutti gli account online correlati al progetto saranno presenti su tutti i materiali promozionali.

Pagina web: IBIS svilupperà una pagina web di progetto e conterrà informazioni sul progetto, sulle attività, sui risultati. La pagina web del progetto continuerà a operare, mantenuta da IBIS, anche al termine delle attività progettuali. Sarà aggiornata continuamente, mentre una serie di deliverable sarà disponibile per il download gratuito.

Eventi di comunicazione pubblica

Gli eventi saranno strumento di visibilità pubblica del progetto. Si prevedono sia eventi in presenza (laddove le restrizioni da Covid lo permetteranno) ed eventi in digitale (pensati anche nel rispetto della priorità "green" dell'UE). In presenza: seminario di presentazione del progetto ed evento di chiusura delle attività; conferenze stampa congiunte IT-CH. Si prevede la realizzazione dei seguenti prodotti: dossier di progetto; 1 leaflet di progetto; 3 roll-up di progetto

Strategia di comunicazione

Le attività di comunicazione si divideranno in 3 gruppi:

1. Comunicazione coordinata;
2. Eventi di comunicazione pubblica
3. Comunicazione digitale.

Per una diffusione efficace e un raggiungimento degli obiettivi delle attività e dei risultati del progetto, il team concentrerà i propri sforzi su tre tipi di diffusione: diffusione della consapevolezza, diffusione per la comprensione, diffusione per l'azione.

Diffusione della consapevolezza

Il primo tipo di diffusione è rivolto al pubblico generale e si concentra sull'aumentare la visibilità del progetto attraverso diversi tipi di strumenti come gli account sui social media, la pagina web, il leaflet, i roll up, i poster.

Pubblico target: Questo tipo di diffusione riguarda le attività di diffusione rivolte a persone che non necessariamente richiedono conoscenze dettagliate. L'efficacia di questo metodo verrà misurata utilizzando gli indicatori menzionati nel punto precedente (condivisioni, post, mi piace, visite al sito web, risorse scaricate, ecc.) che verranno riportati periodicamente.

Come saranno raggiunti gli obiettivi?

I partner utilizzeranno attivamente i social media, gli strumenti elettronici e la pagina web per promuovere i risultati del progetto e gli eventi imminenti. Il piano di comunicazione fornirà ai partner un programma dettagliato per l'utilizzo degli account sui social media e degli altri prodotti di diffusione. Tutti i prodotti e i materiali promozionali rispetteranno le linee guida dell'UE per la comunicazione e includeranno il logo del progetto e il logo dei partner.

Consigli per aumentare il coinvolgimento con i post sui social media:

*Il miglior momento per pubblicare su LinkedIn è dal lunedì al venerdì dalle 10:00 alle 15:00.

*Utilizzare sempre l'hashtag #progettospray con ogni post.

*Fare domande per incoraggiare i follower a condividere i loro pensieri.

*Mantenere i post brevi.

Le attività sui social media verranno documentate attraverso un documento che specifica le seguenti informazioni (in ogni colonna):

*La data specifica di ogni post (giorno)

*Il testo del post

*Il tipo di post (aggiornamento sul progresso del progetto, coinvolgimento del pubblico e post di sensibilizzazione)

*Una checklist per grafiche/fotografie/video per il post

*Una checklist per la condivisione del post da parte dei partner

Diffusione per la comprensione

La diffusione per la comprensione riguarda le attività rivolte alle persone che hanno una conoscenza più approfondita e comprensione degli obiettivi e delle attività del progetto. Questo tipo di diffusione aiuterà nella diffusione delle attività nei principali gruppi target del progetto, come formatori e professionisti che lavorano nella formazione professionale.

Pubblico target: Questo tipo di diffusione riguarda il pubblico che sarà direttamente raggiunto attraverso le attività di diffusione, come ricercatori, imprenditori, altre parti interessate e organizzazioni. La diffusione per la comprensione è direttamente rivolta a coloro che beneficeranno dall'uso degli strumenti e delle risorse sviluppati. Queste azioni coinvolgono anche i professionisti e gli individui interessati che saranno invitati a partecipare agli eventi di comunicazione e alla conferenza finale e a qualsiasi altro incontro organizzato con il principale gruppo target durante il progetto.

Come saranno raggiunti gli obiettivi?

Il progetto coinvolgerà una varietà di stakeholder in tutte le sue fasi. Si prevede che la loro partecipazione alle attività, agli eventi in presenza e online e alla conferenza finale aumenterà la loro comprensione delle sfide affrontate e quindi aumenterà la loro motivazione a partecipare a iniziative simili. I partner coinvolgeranno questo gruppo target attraverso le diverse attività informali come riunioni.

Diffusione per l'azione

La diffusione per l'azione riguarda il coinvolgimento degli attori che porteranno al cambiamento desiderato.

Pubblico target: Questo tipo di diffusione è rivolto ai professionisti locali, nazionali e internazionali che lavorano nell'ambito dell'argomento di progetto, agli stakeholder, ai politici e ai decisori, agli enti pubblici coinvolti in diversi settori della ricerca nel campo di SPRAY, agli esperti interessati.

Come saranno raggiunti gli obiettivi?

Utilizzando le sue reti collaborative, il partenariato lavorerà per estendere gradualmente il numero di organizzazioni e professionisti che utilizzeranno i prodotti del progetto. Ciò contribuirà a una maggiore riconoscibilità dei risultati. Tuttavia, sarà fondamentale un uso forte e frequente dei social media dei partner (Facebook, Instagram). La conferenza finale sarà anche utilizzata per coinvolgere questo gruppo target in diverse discussioni e attività progettate per migliorare la sostenibilità del progetto.

Gantt delle azioni di comunicazione

Linea temporale comunicazione Progetto SPRAY													
AZIONI	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	M13
Fase di condivisione e promozione iniziale													
Seconda fase di condivisione e promozione													
Fase intensa di condivisione e promozione													

MODELLO DI RACCOLTA DELLE ATTIVITA' DI DISSEMINAZIONE

Periodo:		Dal.....al.....		
Tipo di disseminazione (es. seminario, articolo, social media, pubblicazione, presentazione, TV, ecc.)	Data	Titolo	Evidenza di disseminazione (es. link sito web, programma del seminario, presentazione, ecc.)	Impatto – Indicatori quantitativi (es. numero di persone raggiunte)