



• Fermiamo le specie invasive •

PROPOSTA DI PROGRAMMA DI LAVORO SU ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PER ASPETTI GESTIONALI IAS

Alla luce di quanto emerso nella riunione che si è tenuta in data 11 settembre presso la sede di Federparchi, si rende necessario integrare il programma delle attività di comunicazione anche per informare e sensibilizzare il cittadino sugli aspetti gestionali riguardanti le specie aliene invasive. Raccontando che cosa si fa nella gestione delle specie aliene, in modo tale da spiegare che non significa solo uccisione, ma anche trasporto altrove e sterilizzazione. A questo proposito si propone di adottare un approccio integrato che combina l'utilizzo di diversi strumenti/canali di comunicazione. Nello specifico il programma di lavoro prevede:

- **Comunicati stampa** da pubblicare su sito, *newsletter* e da diffondere su quotidiani e riviste.
Frequenza: un comunicato stampa ogni tre mesi.
Chi: Legambiente per predisposizione e invio comunicati su testi forniti da Federparchi e revisionati da ISPRA
Quando: mediamente ogni 3 mesi
Costi: personale in carico a Legambiente
- **Facebook:** condivisione sull'account Life Asap di *post* elaborati dai singoli parchi partecipanti al progetto, in cui vengono presentate le ricchezze e le peculiarità di ogni parco. A questi *post* seguiranno quelli relativi alle problematiche che ciascun parco affronta, i periodi dell'anno più critici e gli strumenti con cui si possono risolvere questi problemi.
Frequenza: uno o due *post* al mese per parco.
Chi: Legambiente per predisposizione *post*

Quando: ogni mese

Costi: personale in carico a Legambiente

Si propongono, altresì, post riguardanti il panorama internazionale sulla conservazione della biodiversità e la gestione delle specie aliene, per mostrare, attraverso una comparazione, come all'estero gli interventi sul problema spesso siano molto netti e rapidi. Il testo di questi post è impostato come un viaggio negli altri Paesi e sarà introdotto da una frase come "Oggi vi portiamo a...", cambiando la destinazione di volta in volta.

- **Twitter:** retweet di contenuti analoghi a quelli condivisi su Fb da ogni parco.

Frequenza: circa dieci *tweet* al mese

Chi: Legambiente per predisposizione *tweet*

Quando: tutti i mesi

Costi: personale in carico a Legambiente

- **Instagram:** foto dei parchi, delle specie da proteggere (come le farfalle nel Parco nazionale dell'arcipelago toscano) e di quelle oggetto di gestione (es. muflone e cinghiale, sempre nel Parco dell'arcipelago toscano)

Frequenza: uno o due post al mese per parco.

Chi: Legambiente per pubblicazione foto e storie

Quando: tutti i mesi

Costi: personale in carico a Legambiente

- **Eventi** in cui informare il pubblico, oltre che dell'importanza della prevenzione, anche degli aspetti gestionali delle specie aliene invasive. Questa attività potrà essere portata avanti in tutte le azioni B del progetto.

Chi: Parchi coinvolti nel progetto, con la guida di Federparchi e il supporto del progetto Asap

Quando: tutti i mesi

Costi: personale formato in ambito Asap

- **"La Nuova Ecologia"**: pubblicazione di un articolo riguardante le specie aliene e la loro gestione nei parchi, sul mensile di Legambiente.

Chi: Legambiente

Quando: primavera/estate 2019

Costi: personale in carico a Legambiente

ATTIVITÀ SU SCALA LOCALE

Nel caso di problematiche specifiche di particolare rilievo e d'interesse per i parchi coinvolti nel progetto, potranno essere avviate su scala locale delle azioni specifiche quali ad esempio:

- Attività mirate su PNAT, verificando, in contatto con Francesca Giannini e il nuovo direttore Maurizio Burlando, le più efficaci strategie comunicative, impostando in modo concordato pannelli informativi per gli attracchi dei traghetti o depliant da distribuire sui traghetti o altri materiali da definire sulla base della conoscenza dei flussi turistici del parco.

Chi: TIC per la realizzazione di pannelli e depliant – Federparchi PNAT per testi

Quando: estate 2019

Costi: extra budget a carico del PNAT per la produzione dei pannelli e per l'acquisto degli spazi pubblicitari.

IMPORTANTE

Questo tipo di strumenti e contenuti, come sottolineato in occasione della riunione, dovranno essere elaborati bilanciando la comunicazione tra concetti positivi e necessità di gestire il problema delle specie aliene invasive con strumenti di prevenzione, controllo ed eradicazione.

Per migliorare l'efficacia della comunicazione si rende, inoltre, necessario il rafforzamento della rete tra i partner Life Asap, con la partecipazione attiva ai *social* del progetto e la condivisione dei contenuti sui rispettivi *account*.