

PROGETTO LIFE09 ENV/IT/000186

Ennobling of sludge for energy use and industrial

SLUDGE'S WEALTH

FINAL REPORT

Coordinating beneficiary: COOMI Soc. Coop.

After LIFE Communication Plan



LIFE 09 ENV/IT/000186

TABLE OF CONTENTS

PROJECT DATA

AFTER-LIFE PLAN

0. INTRODUZIONE.....	3
1. OBIETTIVI.....	4
2. SEGMENTI TARGET.....	4
3. AREA DI APPLICAZIONE.....	5
4. METODOLOGIA ADOTTATA.....	6
4.1 Comunicazione verbale.....	6
4.2 Azioni in supporto del passaparola.....	7
4.3 Azioni rivolte alle unità off-shore	9
5. TIMETABLE.....	12
6. STRUMENTI PER LA REALIZZAZIONE DELLE AZIONI DESCRITTE	13
7. CONCLUSIONI.....	14



LIFE 09 ENV/IT/000186



PROJECT DATA

BENEFICIARY: COOMI SOC. COOP.
Via Castellani 26
Faenza (RA)
Italy

PROJECT MANAGER: Mr. Danilo Marangoni
+39 0546 25203
d.marangoni@coomi.it

WEBSITE: <http://www.coomi.it/life.html>

START DATE: 01/10/2010

END DATE: 31/01/2013

PROJECT NUMBER: LIFE09 ENV/IT/000186

PROJECT TITLE: SLUDGE'S WEALTH



LIFE 09 ENV/IT/000186

0. INTRODUZIONE

COOMI ha completato il progetto “Sludge’s Wealth” dopo 28 mesi di lavoro.

L’impresa ha dedicato risorse umane ed economiche alla realizzazione delle attività del progetto, riuscendo in questo modo a sviluppare un nuovo processo tecnologicamente innovativo ed ecosostenibile per il trattamento dei fanghi organici.

Data l’importanza degli obiettivi e dei risultati raggiunti, è di fondamentale importanza disseminare i ritrovamenti che, tra le altre cose, rappresentano caratteristiche distintive per l’offerta di prodotti dell’azienda.

COOMI ha portato avanti molte attività disseminative efficaci durante il progetto che non termineranno con la conclusione di “Sludge’s Wealth”; sono state avviate, infatti, nuove e rinnovate attività al fine di informare del progetto i portatori di interesse che stanno crescendo in numero.

Risulta inoltre di fondamentale importanza disseminare lo strumento ambientale della Comunità Europea “Life” in modo da accrescere la generazione di idee eco-innovative.

La differenza principale nelle attività disseminative realizzate durante il progetto e alla conclusione di quest’ultimo è che ora COOMI ha a disposizione documenti e risultati scientifici che confermano i vantaggi ottenibili utilizzando la nuova tecnologia sviluppata; tali informazioni risultano essenziali quando è il momento di convincere il pubblico più scettico.

COOMI ha intenzione, dunque, di continuare l’attività disseminativa dopo la conclusione del progetto per almeno 3 anni; l’obiettivo principale consiste nell’ampliamento del cerchio delle persone interessate, attraendo l’attenzione degli attori principali operanti in settori simili e influenzando le politiche ambientali in favore di una legislazione più rispettosa dell’ambiente.

1. OBIETTIVI

Gli obiettivi perseguiti dal piano di Comunicazione After-Life sono diversi:

- Tenere informati i portatori di interesse sugli sviluppi del progetto e sulle nuove possibilità applicative non considerate precedentemente;



LIFE 09 ENV/IT/000186

- Agire come punti di connessione tra gli attori che hanno deciso di adottare la tecnologia sviluppata da COOMI e quelli che hanno intenzione di adottarla; l'obiettivo è di favorire un flusso e uno scambio continuo di opinioni al fine di rispondere a tutti i dubbi che possano impedire l'applicazione del processo ecosostenibile;
- Intensificare e consolidare le azioni di disseminazione in Europa al fine di raggiungere anche i mercati più distanti geograficamente;
- Intensificare le azioni disseminative aventi come obiettivo gli attori operanti in settori simili o con tecnologie simili;
- Promuovere il programma LIFE a tutti i livelli.

2. SEGMENTI TARGET

I segmenti target di riferimento sono gli stessi individuati nel piano disseminativo ma, in tale contesto, anche se ci soffermeremo particolarmente su alcuni; tenderemo di dare un'impronta più Europea alla disseminazione, espandendo la possibile area di applicazione della tecnologia:

- Amministrazioni pubbliche (ministeri, comuni, province e regioni) che si occupano di ambiente e/o rifiuti;
- Agenzie per la promozione ambientale (ARPA);
- Proprietari di impianti di trattamento di fanghi organici, sia soggetti pubblici che privati;
- Produttori di impianti di trattamento di rifiuti urbani e fornitori di attività connesse in modo diretto o indiretto;
- Enti pubblici, anche a livello Europeo, che si occupano della protezione ambientale, la gestione dei rifiuti e di energie alternative;
- Enti per la promozione di tecnologie ambientali innovative;
- Riviste specializzate in argomenti relativi ai rifiuti;
- Privati cittadini;
- Ricercatori e studenti universitari.



LIFE 09 ENV/IT/000186

3. AREA DI APPLICAZIONE

Come menzionato, l'obiettivo di questo piano strategico consiste nel disseminare maggiormente i risultati del progetto, concentrandosi in particolar modo nell'area Europea. Dati i significativi benefici ambientali potenziali derivanti dall'utilizzo delle tecnologie introdotte da COOMI, la loro applicazione a livello Europeo è di fondamentale importanza; tale raggiungimento significherebbe migliorare notevolmente le prassi relative alla gestione dei rifiuti su una scala molto più grande di quella italiana. Inoltre, all'aumentare del numero degli utilizzatori, sarà più facile mettere pressione sulle amministrazioni pubbliche affinché adottino tale tecnologia o garantiscano un contributo a coloro che decidono di utilizzarla.

4. METODOLOGIA ADOTTATA

4.1 Comunicazione verbale

Il "passaparola" è uno degli strumenti di marketing più efficace in assoluto, se l'azienda è in grado di gestirlo a suo vantaggio.

Il "Passaparola" implica una relazione tra due persone, una che conosce il progetto e l'altra che non dispone informazioni in merito ad esso. Al fine di convincere la seconda persona ad adottare l'innovazione introdotta dal progetto, la prima deve essere ben informata su di esso, ma soprattutto deve mostrarsi entusiasta dei vantaggi ottenibili. Risulta dunque di fondamentale importanza coinvolgere diversi



LIFE 09 ENV/IT/000186

“Opinion Leader” in tale strategia; persone che a fronte del ruolo che ricoprono nella società e l’elevata opinione che ha di loro la comunità vengono ascoltate con attenzione.

Uno degli strumenti che verranno usati per disseminare efficacemente “Sludge’s Wealth” in Europa, sarà dunque il “Passaparola”. Il sistema adottato avrà uno sviluppo “da dentro a fuori”, dove con “dentro” si intendono le aree circostanti il luogo dove è situata COOMI, meglio conosciute dall’impresa, e con “Fuori” si intende il resto dell’Europa.

Seguendo tale metodologia, realizzeremo significative attività informative rivolte agli attori più vicini all’azienda in termini di localizzazione e di relazione, tramite incontri personali, incontri di gruppo, newsletter e fornendo numerose copie di materiale disseminativo.

Verranno utilizzate due domande per attrarre l’attenzione di tali attori e fornirgli degli spunti per parlare del progetto con altre persone:

1. Secondo la tua opinione come potremmo migliorare il processo?
2. In quali settori ritieni che potremmo trasferire la tecnologia o parte di essa?

Se verrà stimolato adeguatamente l’interesse e la curiosità delle persone contattate, nella peggiore delle ipotesi queste ultime parleranno con almeno una persona della tecnologia realizzata, nel caso di “Opinion Leaders”, certamente con più persone; tali persone parleranno, in seguito, con qualcun altro dando così avvio al passaparola. Più convincente risulterà il messaggio iniziale, più grande sarà l’estensione dell’“onda di propagazione”, a partire da un impegno relativamente piccolo per l’azienda.

Sono già stati contattati alcuni “Opinion Leaders”, ad esempio alcuni rappresentanti di enti per la promozione delle tecnologie ambientali innovative. Il sig. Marangoni, dal canto suo, può contare sulla sua estesa e solida rete personale di contatti a questo fine.

4.2 Azioni in supporto del passaparola

- **Sezione dedicata del sito web:** l’analisi del piano di comunicazione messo in atto durante il progetto mostra che il sito web ha ottenuto un grande successo in termini di visite. Il sito web, attrezzato con un’apposita sezione dedicata al progetto LIFE,



LIFE 09 ENV/IT/000186

verrà mantenuto attivo e verrà aggiornato con qualsiasi nuova informazione relativa al progetto, inclusi gli eventi a cui COOMI parteciperà. Il sito web risulta di grande importanza in vista della diffusione del progetto in quanto permetterà di attirare l'attenzione di attori con cui COOMI non ha un contatto diretto; integra dunque l'azione di passaparola, creando connessioni dove altrimenti non ve ne sarebbero. Il sito web è anche in versione inglese in modo da rivolgersi ai portatori di interesse internazionali.

- **Carta intestata:** si continuerà ad utilizzare la carta intestata creata appositamente per il progetto, contenente riferimenti al programma LIFE e al progetto “Sludge’s Wealth”. Data l’elevata circolazione della carta intestata, molte persone vedranno i riferimenti al progetto realizzato. Ci si augura che tali attori richiedano informazioni in merito, dando l’opportunità al personale di COOMI di mettere in atto le azioni descritte al paragrafo 4.1.
- **Cartelloni e video:** I cartelloni relativi al progetto continueranno ad essere esposti all’interno dell’azienda, in punti strategici, facilmente visibili dalle persone che visitano COOMI. I cartelloni attrarranno la curiosità dei visitatori e li incoraggeranno a fare domande sul progetto. I video verranno mostrati nella sala d’attesa aziendale in modo da attirare ulteriormente l’attenzione dei clienti in visita.
- **Social Networks:** al giorno d’oggi i social networks rappresentano una grande opportunità per la presentazione di progetti innovativi. I social networks non vengono utilizzati solo dai giovani ma, ogni giorno di più, vengono sfruttati da imprese ed imprenditori in quanto rappresentano una potenziale fonte di contatti. COOMI ha deciso di valutare direttamente la potenza di tali sistemi in occasione della disseminazione del progetto sia in Italia che all’estero; a tal fine l’impresa ha contattato i gestori di una pagina Facebook che si occupa di progetti LIFE chiamata “Think Eco Live Green”. I gestori della pagina Facebook stanno valutando la



LIFE 09 ENV/IT/000186

richiesta ma l'impresa confida che entro Gennaio 2014 vedrà il suo progetto sulla pagina Facebook in questione, insieme ai video realizzati.

4.3 Azioni rivolte alle unità Off-shore

Come menzionato in precedenza, in questa fase è molto importante raggiungere gli attori esteri, almeno in Europa e possibilmente nel mondo. Per fare ciò, COOMI sfrutterà tutti gli strumenti di marketing descritti sopra: sito web, documentazione e video esplicativi che sono stati prodotti anche in inglese affinché potessero essere compresi anche da una platea straniera; lo strumento su cui si focalizzerà maggiormente COOMI sarà comunque il passaparola.

Di seguito viene fornita una breve descrizione dei contatti che l'impresa è già stata in grado di generare e che funzioneranno come apripista per raggiungere i mercati esteri:

- **Contatti diretti del Sig. Marangoni:** il Sig. Marangoni, presidente di COOMI soc. coop., lavora dal 1990 in settori industriali collegati al trattamento dei rifiuti, anche di quelli speciali e la trasformazione dei rifiuti in energia. 23 anni di esperienza nel settore gli hanno permesso di creare una solida rete di contatti e di relazioni, basate sulla fiducia con molti rappresentanti di vari settori sia a livello nazionale che internazionale. COOMI, nelle vesti del Sig. Marangoni, sfrutterà tali contatti affinché l'innovazione sviluppata possa raggiungere il maggior numero di possibili attori internazionali.
- **Sfruttamento della rete di contatti delle imprese interessate ad adottare la tecnologia di COOMI:** COOMI può contare su un ottimo numero di contatti, che però non risultano sufficienti alla disseminazione del progetto in quanto si è posta obiettivi molto più ambiziosi di quelli raggiungibili operando da sola. Per aumentare il numero di contatti raggiungibili dal passaparola, COOMI ha chiesto alle imprese interessate nella tecnologia sviluppata di presentare il progetto alla loro rete, attraverso incontri personali o distribuendo il materiale disseminativo fornito da COOMI. Il metodo in questione è particolarmente efficace, poiché l'informazione



LIFE 09 ENV/IT/000186

fornita dalle imprese interessate è certamente veritiera ed accurata infatti lo staff di COOMI ha lavorato intensamente per fornire tutte le spiegazioni necessarie ad assicurare che tutti gli aspetti del progetto risultassero chiari e non vi fossero dubbi in merito. Inoltre, tali imprese svolgono anche un ruolo di rassicurazione per quelle imprese intenzionate ad adottare la tecnologia ma non del tutto convinte; è un procedimento abituale, infatti, ricercare testimonianze di altri utenti prima di adottare una tecnologia talmente innovativa che non vi sono altri esempi sul mercato. Tutto ciò favorirà la diffusione. Le principali imprese contattate e che si sono mostrate interessate sono:

- **Gruppo Hera S.p.A.:** è l'operatore numero 1 nel trattamento dei rifiuti a livello nazionale, è l'operatore nazionale numero 2 nel campo del ciclo idrico integrato ed è il terzo distributore nazionale per dimensioni di gas. Data l'importanza di tale impresa, comprendiamo quanto sia importante avere accesso alla sua rete di contatti sparsi sia sul territorio nazionale che su quello internazionale. Il 25% dell'impresa è controllato da investitori internazionali operanti nel settore energetico e della gestione dei rifiuti: EISER GLOBAL INFRASTRUCTURE FUND (detiene una quota di "Società gasdotti Italia" e opera in Gran Bretagna e Spagna) mentre APG ASSET MANAGEMENT (ha il quartier generale in Olanda e sussidiarie negli U.S.A. e Hong Kong). L'estensione della rete dell'impresa e la sua influenza porterà ad ottenere numerosi contatti sia in Italia che all'estero e alla diffusione della tecnologia di COOMI.
- **Tampieri Energie S.r.l.:** l'azienda si occupa della produzione di energia a partire da fonti rinnovabili. L'impresa è parte del gruppo "Tampieri Financial Group S.p.A.", che opera in vari settori (produzione di oli e farine vegetali, trattamento delle acqua, strumentazioni mediche in bioceramica) e in diverse zone del mondo, sia in Europa che al di fuori della UE, per esempio in Ungheria e in Senegal. Sfruttare i contatti di tali imprese significa usufruire di una rete globale sicura ed affidabile, inoltre, la diversificazione delle attività della holding



LIFE 09 ENV/IT/000186

favorirà la possibilità di adattare la tecnologia di COOMI o parte di essa in vari settori, aumentando le possibilità di una sua diffusione e la promozione di tecnologie rispettose dell'ambiente.

- **Caviro Soc. coop. agricola:** l'impresa produce principalmente vino e liquori e pone grande attenzione alle questioni ambientali, in particolare in materia di "energia pulita". Nel 2012 l'impresa ha ricevuto il premio "Buone pratiche ambientali" da Legambiente per gli sforzi intrapresi per produrre energia dai rifiuti da essa prodotti che rendono i propri impianti autosufficienti in termini del calore necessario e quasi autosufficienti per quanto riguarda i fabbisogni energetici. Caviro è parte di vari gruppi di imprese quali "HoreCare" e "Alcoplus", formati da produttori di vini e liquori in Italia e all'estero. L'impresa in questione è uno dei principali attori mondiali nel settore della distilleria, i suoi mercati di riferimento sono: U.S.A., Germania, Francia, Giappone, Corea del Sud, Russia, Svizzera e U.K.. L'adozione della tecnologia sviluppata da COOMI da parte di CAVIRO si tradurrebbe in una visibilità senza eguali, non solo in Europa ma in tutto il mondo, anche in quei mercati difficilmente penetrabili come il Giappone o la Corea del sud.



LIFE 09 ENV/IT/000186

5. TIMETABLE

After-Life Activities	2013	2014				2015				2016		
	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III
Passaparola												
Incontri personali												
Incontri con Gruppo Hera, Caviro e Tampieri Energie*												
Newsletter												
Emails ad enti pubblici ed enti ambientali												
Visite del project manager agli enti pubblici												
Distribuzione di materiale disseminativo												
Sito web												
Carta Intestata												
Cartelloni												
Video												
Pubblicazioni sui social networks												

* Il numero e il periodo degli incontri con le imprese identificate dipenderà dal loro effettivo interesse a realizzare un progetto comune e dalla loro disponibilità di tempo.



LIFE 09 ENV/IT/000186

6. STRUMENTI PER LA REALIZZAZIONE DELLE AZIONI DESCRITTE

COOMI utilizzerà il proprio personale per realizzare le attività sopra descritte. Il Sig. Danilo Marangoni si occuperà della disseminazione del progetto tra i propri contatti e quelli aziendali, oltre a gestire completamente la presente azione e coordinerà il personale affinché la strategia sviluppata venga implementata in maniera efficiente. La disseminazione del progetto sarà una priorità, nonostante il progetto sia già stato concluso, e assorbirà parte delle energie del personale e delle finanze, qualora sia necessario, per esempio nel caso in cui un cliente voglia verificare personalmente il funzionamento dell'impianto, i tecnici di COOMI saranno a sua completa disposizione.

COOMI ha già messo in conto di allocare alcuni fondi all'implementazione dell'azione di disseminazione. Le voci di spesa principali saranno connesse con la stampa del materiale disseminativo richiesto dai contatti e il rimborso dei costi sostenuti dal project manager quando si recherà in visita ai portatori di interesse; al momento disponiamo di alcuni importanti contatti consistenti in imprese interessate nella tecnologia sviluppata che vogliono applicarla a prodotti quali: semi di uva, alghe e sansa. Dedicheremo una parte dei fondi alla coltivazione di tali relazioni.

Al momento, COOMI non è in grado di identificare a quanto ammonterà il budget che sarà allocato alla presente azione in quanto troppe variabili influenzano la decisione, in primo luogo, il numero e la tipologia di richieste provenienti dai nostri contatti. Inoltre, è particolarmente difficile per l'impresa fare delle previsioni nel medio-lungo periodo data la complicata situazione economica del mercato italiano e globale. Il budget per la disseminazione verrà allocato periodicamente e riguarderà il breve periodo.



LIFE 09 ENV/IT/000186

7. CONCLUSIONI

Con l'implementazione delle azioni prima descritte, si ritiene che COOMI sarà nelle condizioni di ottenere ottimi risultati in termini di:

- Visibilità del progetto e dei suoi risultati;
- Visibilità del programma LIFE;
- Possibilità che il processo venga adottato, anche a livello industriale;
- Possibilità di influenzare la legislazione esistente.

L'analisi delle attività disseminative realizzate durante il progetto mostra che c'è un rilevante interesse per "Sludge's Wealth" da parte di numerosi portatori di interesse; per tale ragione si ritiene che il prolungamento temporale di queste attività porteranno a un aumento degli attori interessati al progetto.



LIFE 09 ENV/IT/000186