

PR CALABRIA FESR FSE+ 2021-2027

Piano strategico di comunicazione

INDICE

- 1. Introduzione**
- 2. La metodologia**
- 3. I target**
- 4. Gli obiettivi strategici del Piano di comunicazione**
- 5. La strategia di comunicazione**
- 6. I canali di comunicazione**
- 7. Le attività di comunicazione**
- 8. Analisi e strumenti di monitoraggio**
- 9. Ipotesi di cronoprogramma**

1.

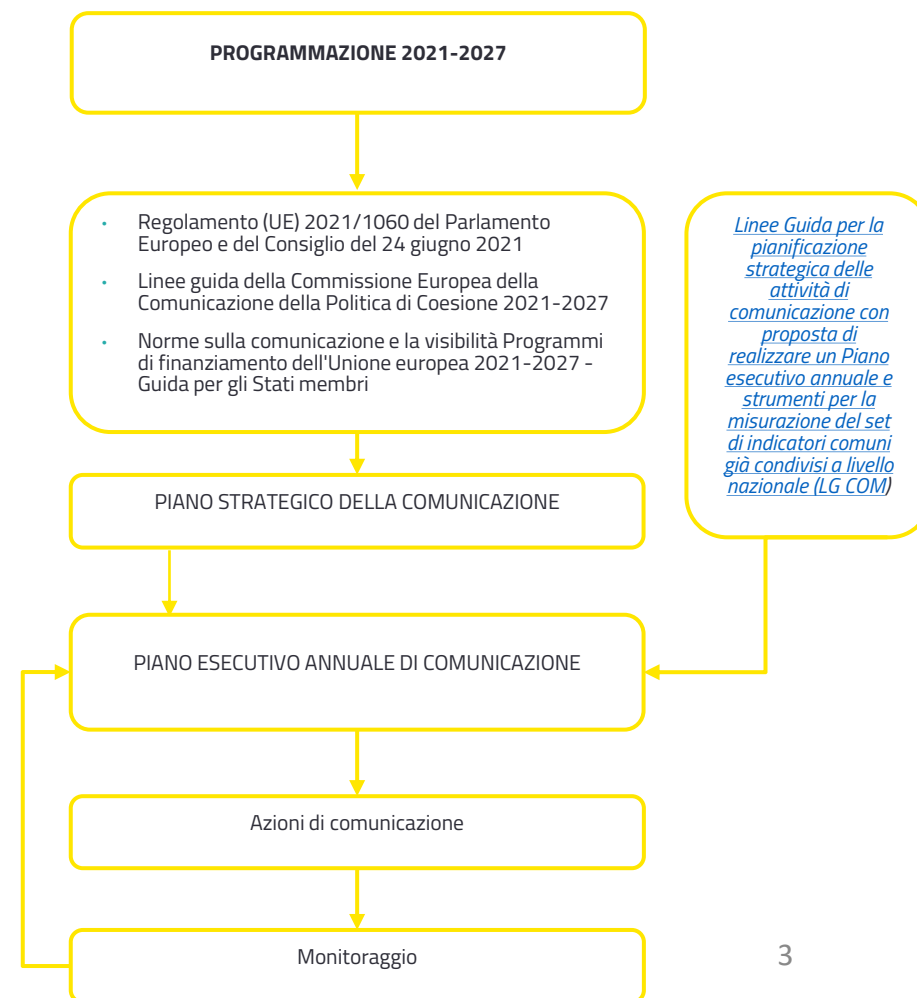
INTRODUZIONE

Nel presente documento sarà illustrato il **Piano strategico di Comunicazione** per la Programmazione 2021-2027 della Politica di Coesione della Regione Calabria.

Dal piano strategico di comunicazione **deriverà il piano esecutivo annuale di comunicazione**. Nelle more dell'entrata in vigore del piano esecutivo annuale di comunicazione, **si garantirà la continuità e la copertura per i progetti finanziati con il POR Calabria 2014-2020** (come ad esempio ASOC).

Il **Piano strategico di comunicazione** intende rispondere alle esigenze di comunicazione sia del Dipartimento Programmazione Unitaria, sia di tutti i Dipartimenti regionali coinvolti nelle tematiche descritte dai cinque Assi della Politica di Coesione.

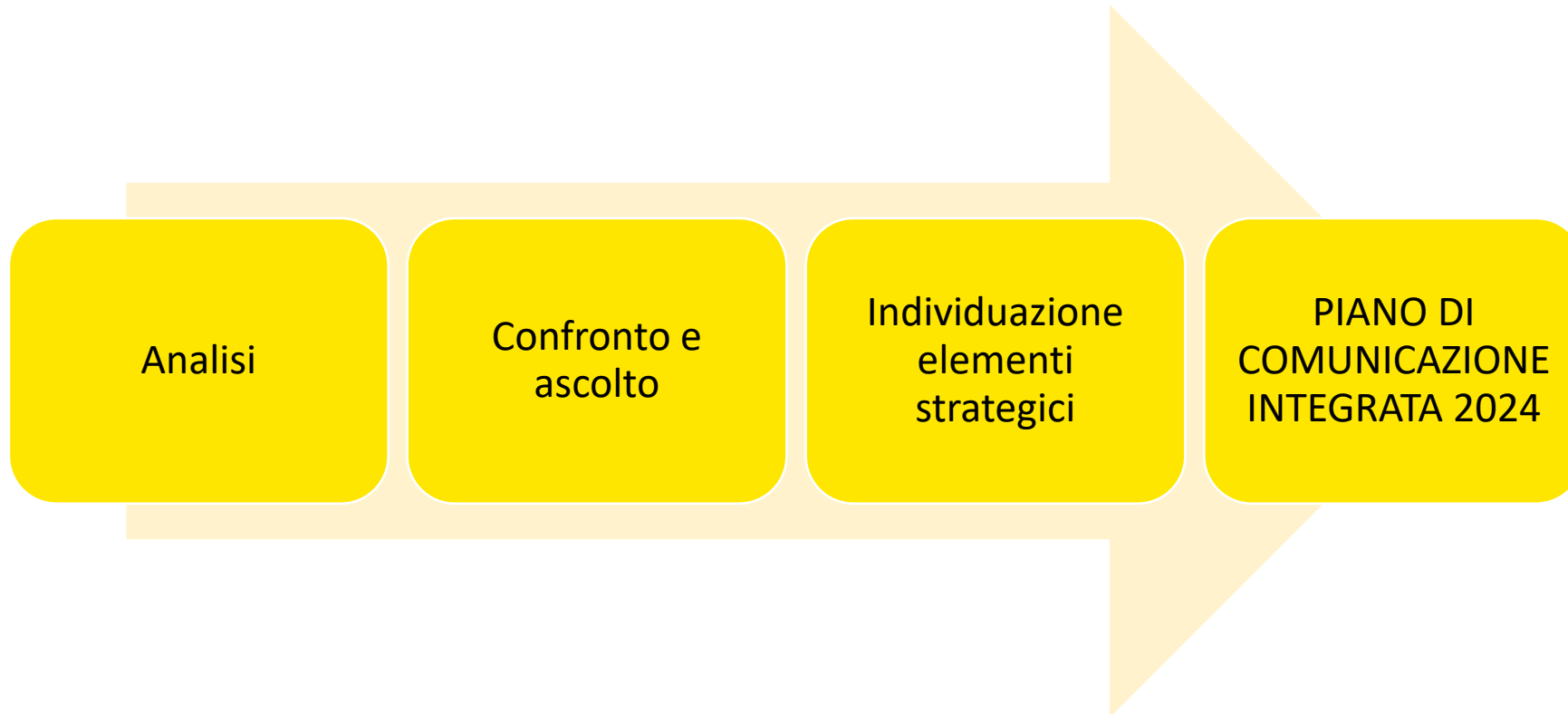
Per garantire la massima uniformità e coerenza ad ogni attività, verrà predisposto un **documento recante gli orientamenti attuativi** che sarà reso disponibile a tutti i referenti dei Dipartimenti.



2.

LA METODOLOGIA

Il Piano di comunicazione 2024 è frutto dell'analisi, dell'ascolto delle parti e del confronto interno che ha portato all'individuazione degli elementi strategici che ne guideranno lo sviluppo e la realizzazione.



3.

I TARGET



TARGET INTERNO

Assessori,
Dipartimenti regionali
Società in House



PUBBLICO SPECIALIZZATO

Beneficiari potenziali,
effettivi, partenariato,
stakeholder



ALTRI ENTI COINVOLTI NEL PROGRAMMA

Istituzioni, organismi
intermedi e soggetti
attuatori



MEDIA

Testate locali, testate
nazionali, siti web di
informazione, radio e
tv del territorio



GRANDE PUBBLICO

Cittadini/opinione
pubblica con
particolare
riferimento ai giovani

I target del programma sono **eterogenei**: una segmentazione è quindi necessaria per individuare i contenuti e i canali più appropriati per veicolare i messaggi di comunicazione.

4.

GLI OBIETTIVI STRATEGICI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

COMUNICAZIONE ESTERNA



Comunicare gli obiettivi della programmazione 21-27



Diffondere **informazioni sui progetti** strategici del PR Calabria



Sensibilizzare sui temi del Programma: innovazione, sostenibilità, mobilità, cultura, lavoro, formazione, inclusione sociale



Costruire percorsi di **comunicazione targettizzata** per favorire un **coinvolgimento mirato** del pubblico di riferimento per ogni progetto/intervento del Programma

COMUNICAZIONE INTERNA



Accrescere la consapevolezza e l'engagement del target interno sui progetti e le iniziative del Programma



Favorire la collaborazione tra Dipartimenti, Assessori e tutte le persone chiave



Rendere coerenti e interdipendenti la comunicazione "di servizio" (ovvero quella interdipartimentale) **e la comunicazione "istituzionale"** (ovvero quella di un Assessore o un Dipartimento verso l'esterno)

5.

LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

I pillar della Programmazione 2021/2027 e le parole chiave, frutto di condivisione e confronto, hanno consentito di individuare il messaggio strategico che guida il piano di comunicazione e tutte le sue attività.



5.

MESSAGGIO STRATEGICO

IL FUTURO È CALABRIA.

L'Europa e l'Italia sono a lavoro per creare un futuro migliore che non può e non deve rimanere solo un'aspirazione: è un'idea che si manifesta attraverso tutti gli aspetti della società, dall'accesso all'istruzione, alla mobilità, alle tecnologie che aiuteranno a preservare l'ambiente.

La Calabria è una regione ricca di storia, ma che guarda al futuro, che vuole trainare l'innovazione puntando sulle sue persone e sulle competenze.

Il futuro è qui. Il futuro è Calabria.

Ipotesi di declinazione:

LO **SVILUPPO** È CALABRIA.

IL **DIGITALE** È CALABRIA.

LA **SOSTENIBILITÀ** È CALABRIA.

L'**INCLUSIVITÀ** È CALABRIA

5.

COMUNICARE I RISULTATI

Raccontare i risultati della programmazione 2021-2027 non deve limitarsi a una mera condivisione di numeri e tecnicismi. Sarà fondamentale concentrarsi sulla **narrazione degli impatti tangibili** che le iniziative e i progetti finanziati hanno avuto sulla vita delle persone e sulla comunità della Regione Calabria nel suo insieme.

Come rendere i successi più accessibili e significativi per il pubblico?

- *Attraverso una narrazione semplice, corredata da accorgimenti di storytelling interattivo e data visualization, possiamo trasmettere in modo più efficace il valore di queste iniziative, mettendo in luce le trasformazioni positive che si sono verificate nei settori chiave come l'istruzione, la salute, l'occupazione e lo sviluppo infrastrutturale, evidenziando come la programmazione abbia contribuito a migliorare la qualità della vita, a creare opportunità economiche e a rafforzare il tessuto sociale.*
- *Con azioni finalizzate a dare evidenza ai progetti più significativi (buone pratiche) realizzati nell'ambito della programmazione 21-27, attraverso la raccolta di informazioni e materiali presso i beneficiari effettivi delle azioni del Programma e la condivisione con l'intero target di riferimento, mediante la creazione di una sezione specifica per le best practices sul portale Calabria Europa.*

Questo approccio non solo rende i risultati più comprensibili e accessibili per tutti, ma anche più motivanti, ispirando un senso di partecipazione e orgoglio nella comunità.

6.

I CANALI DI COMUNICAZIONE

La Regione Calabria intende garantire una **gestione sinergica** dei canali di comunicazione e integrare tutti i messaggi in un **Piano di comunicazione integrato**. Questo approccio semplifica la visione generale sulla comunicazione, favorisce sinergie e iniziative multicanale.

COMUNICAZIONE MULTICANALE

CANALI DI COMUNICAZIONE DEL PR CALABRIA



7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - L'IMMAGINE COORDINATA

Il **Dipartimento per le politiche di coesione della presidenza del Consiglio dei Ministri ha definito il brand comune "Coesione Italia"** per favorire una migliore riconoscibilità di programmi, progetti e risultati. Il logo Coesione Italia dovrà essere utilizzato in tutti gli strumenti di comunicazione, informazione e pubblicità riguardanti anche il PR Calabria FESR FSE+ 2021-2027.

Il PR Calabria adotterà un'**identità grafica** che **risponda ai requisiti della Programmazione 21-27** e coerente con il **Brand Coesione Italia**.

La Regione procederà, dunque, con le seguenti azioni:

1. **Aggiornamento della linea grafica** sui canali proprietari.
2. **Applicazione della linea grafica a tutti i nuovi strumenti e attività** realizzati nel 2024



7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - SISTEMI INNOVATIVI PER LA COMUNICAZIONE

Per migliorare l'efficacia comunicativa della Regione Calabria verso il target di riferimento, verranno realizzate azioni caratterizzate dal ricorso a strumenti digitali e innovativi:



NUOVE FUNZIONALITÀ PER IL SITO

- Attivazione della funzione di **ricerca per settore** di appartenenza nel calendario avvisi
- Attivazione di **procedure guidate** (es sistema di suggerimenti nella compilazione di moduli)
- Creazione di un'**area riservata** dalla quale l'utente possa controllare lo stato dei bandi a cui ha partecipato o lo stato delle richieste inoltrate all'helpdesk.
- Ideazione di una **galleria** per l'archiviazione dei materiali sviluppati in ottemperanza ai requisiti del piano di comunicazione di Coesione Italia
- Inserimenti di tool innovativi messi a disposizione dalle nuove tecnologie digitali

NUOVI SERVIZI

A **supporto dei beneficiari effettivi** sarà attivato un **servizio di helpdesk** dal ruolo estensivo (sia a supporto dei Dipartimenti regionali che a supporto dei beneficiari e del pubblico). Il servizio includerà l'individuazione e il coinvolgimento di risorse dedicate e l'attivazione di una o più procedure come chatbot, un portale Self-Service, un sistema di Ticketing, o altre.

7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - COINVOLGIMENTO DEL TERRITORIO



ATTIVITÀ PER IL COINVOLGIMENTO DEL TERRITORIO

Per aumentare la conoscenza del suo operato nel territorio, coinvolgere il più possibile le comunità locali e far sentire i cittadini attori principali del cambiamento nella propria Regione, la Regione Calabria intende realizzare: contest, incontri con scuole e università del territorio, incontri territoriali e attività di PR.

UFFICIO STAMPA

- **media relation e reputation management**
- **relazioni strutturate e continuative** con i media
- **organizzazione di eventi** in occasione di momenti cruciali del Programma
- interviste e incontri one to one con gli **opinion leader** del sistema dell'informazione nazionale e locale
- pubblicazione di annunci stampa/comunicati su quotidiani nazionali e locali in concomitanza con gli **eventi cruciali** del Programma

7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - LA COMUNICAZIONE SUL WEB

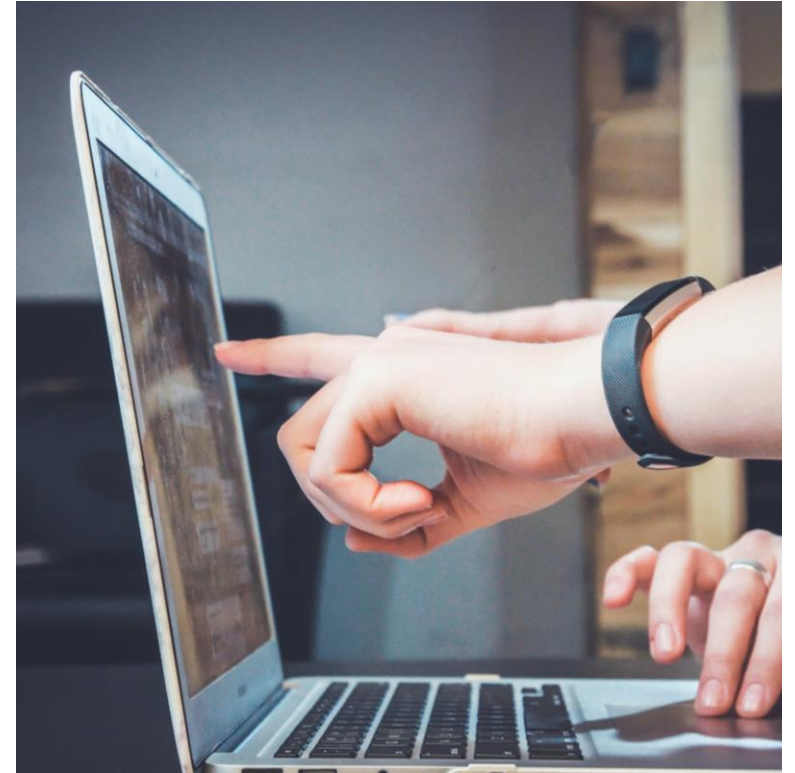
Nell'ambito della **comunicazione web** saranno messe in campo azioni finalizzate al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

RAFFORZAMENTO E SEMPLIFICAZIONE DELLA COMUNICAZIONE WEB

Analizzando i dati di accesso al portale web Calabria Europa verrà ideato un progetto mirato a migliorare e potenziare la comunicazione verso l'esterno. L'analisi preliminare sarà volta al **miglioramento dei processi interni e dell'esperienza utente**, valutando anche le opportunità rappresentate dall'integrazione dell'**AI** e del **metaverso**.

OTTIMIZZAZIONE DEL FLUSSO INTERNO DI INFORMAZIONI DA PUBBLICARE SUL WEB

Per rafforzare e strutturare il flusso delle informazioni pubblicate sul portale di Calabria Europa, saranno costantemente predisposti materiali/format opportunamente creati per favorire: l'**intuitività** e la **velocità** di compilazione delle schede avvisi; la **standardizzazione** del formato delle informazioni; la **riduzione** delle possibili omissioni di informazioni; la facilità di **archiviazione e consultazione**; la **automatizzazione** dell'approvazione su alcuni contenuti e la **categorizzazione** delle informazioni in tempo reale.



7.

ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - L'ECOSISTEMA SOCIAL

COMUNICAZIONE SUI SOCIAL NETWORK

Verranno realizzati contenuti ad hoc per ciascuno dei canali social di Calabria Europa (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) con l'obiettivo di raggiungere al meglio il target di riferimento creando un ecosistema differenziato che sfrutti le caratteristiche dei differenti canali social per comunicare ai diversi target.



CONTENUTI
SOCIAL



STRATEGIA
SOCIAL



SOCIAL MEDIA
MANAGEMENT



SOCIAL MEDIA
POLICY



CAMPAGNE
SPONSORIZZATE



MONITORAGGIO
E SCOUTING



INFLUENCER
MARKETING

7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - L'ACCESSO ALLE INFORMAZIONI ONLINE E OFFLINE



CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE

La comunicazione dei Programmi cofinanziati dai Fondi Strutturali deve **garantire la trasparenza sugli interventi e i meccanismi di accesso ai finanziamenti presso i potenziali beneficiari e fornire un'adeguata copertura informativa presso i cittadini** relativamente agli interventi finanziati e ai benefici tratti dalla loro realizzazione. È importante dunque prevedere la realizzazione di **campagne informative online e offline** caratterizzate dal ricorso a **un mix integrato di strumenti**, attraverso i quali declinare le informazioni sulla base delle specificità proprie di ciascun target.

EVENTI

Gli eventi costituiscono un **asset fondamentale per la condivisione e diffusione dell'operato delle PA**, per la valorizzazione di progetti e interventi e soprattutto per l'instaurazione di un dialogo continuativo tra le PA e gli utenti finali.

Esempi di eventi: evento annuale di comunicazione, Comitati di sorveglianza, eventi sul territorio per i beneficiari, convegni, workshop e seminari

7. ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE - PROGETTARE MATERIALI EDITORIALI E MULTIMEDIALI

MATERIALI EDITORIALI

La Regione Calabria si occuperà di progettare ed elaborare dei materiali editoriali, finalizzati a dare visibilità al Programma, e di garantire che essi siano realizzati con un linguaggio semplice, divulgativo e di volta in volta declinato in base al target di riferimento.

Tipologie di materiali editoriali:



Brochure e depliant



Infografiche



Pubblicazioni



Materiali per la comunicazione con
il territorio (es. lettere)

MATERIALI MULTIMEDIALI

Verranno realizzate diverse tipologie di materiali multimediali per la promozione e diffusione del PR Calabria:



Video pillole/podcast



Grafiche animate



Tutorial



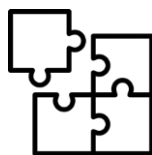
Newsletter

8.

ANALISI E STRUMENTI DI MONITORAGGIO

Il processo di monitoraggio delle attività di comunicazione ha l'obiettivo di **garantire il continuo allineamento delle attività di comunicazione alla strategia** del PR Calabria, monitorando e coordinando l'implementazione delle azioni inserite nel Piano di comunicazione.

Attraverso l'attività di monitoraggio si garantiranno:



**ALLINEAMENTO
RISPETTO AL
PROGRAMMA**



**RAFFORZAMENTO
DELL'IMMAGINE
DEL PROGRAMMA**



**IDENTIFICAZIONE
DI PUNTI DI FORZA
E AREE DI
MIGLIORAMENTO**



**RENDICONTAZIONE
E OTTIMIZZAZIONE
DI TEMPO E
RISORSE**

Il monitoraggio delle singole iniziative inserite nel Piano di comunicazione verrà effettuato partendo dall'identificazione di specifici indicatori quantitativi scelti considerando:

- coerenza rispetto alle iniziative inserite nel Piano di comunicazione
- immediatezza di lettura e comprensione
- disponibilità dei dati e aggiornamento tempestivo
- omogeneità

INDICATORI DI REALIZZAZIONE	Consentono di rilevare gli output delle attività progettuali
INDICATORI DI RISULTATO	Misurano l'esito più immediato delle attività progettuali

8. ANALISI E STRUMENTI DI MONITORAGGIO - IL PIANO DI MONITORAGGIO



- Verrà realizzato un **piano dedicato al monitoraggio con KPI** condivisi e tempi di raccolta dei dati
- **I dati saranno periodicamente analizzati e saranno prodotti report** con letture quantitative e proposte di implementazione della strategia laddove necessario.
- I risultati generati da tale attività saranno condivisi, con regolare periodicità, dall'Amministrazione con tutti Dipartimenti regionali, attraverso dettagliati documenti di report. I report saranno utilizzati come **base di lavoro per un'analisi dell'efficacia delle azioni di comunicazione** intraprese, per una **valutazione oggettiva dei risultati ottenuti**, e per una **eventuale conseguente taratura del Piano** e delle sue linee di attività.
- I risultati dell'attività di monitoraggio riportati all'interno dei report andranno ad integrarsi con quanto emerso dal **Piano di valutazione**.

Criteria di valutazione (Sistema di Valutazione Nazionale)

- ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati
- ISOCOM_1IT - Campagne di comunicazione integrate
- ISRCOM_1IT – Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma
- ISRCOM_2IT – Grado di conoscenza della politica di coesione

Fonte: [LG - COM v1.0](#)

9.

IPOTESI DI CRONOPROGRAMMA GENNAIO-GIUGNO

	Gennaio 24	Febbraio 24	Marzo 24	Aprile 24	Maggio 24	Giugno 24
Immagine coordinata	■					
Comunicazione web		■	■	■	■	■
Comunicazione social		■	■	■	■	■
Campagne di comunicazione		■				■
Eventi e seminari		■	■		■	■
Ufficio stampa e PR	■	■	■	■	■	■
Materiali Editoriali		■			■	
Materiali Multimediali		■			■	
Influencer marketing			■		■	■
Monitoraggio	■	■	■	■	■	■

9.

CRONOPROGRAMMA LUGLIO-GENNAIO

	Luglio 24	Agosto 24	Settembre 24	Ottobre 24	Novembre 24	Dicembre 24	Gennaio 25
Immagine coordinata							
Comunicazione web							
Comunicazione social							
Campagne di comunicazione							
Eventi e seminari							
Ufficio stampa e PR							
Materiali Editoriali							
Materiali Multimediali							
Influencer marketing							
Monitoraggio							