



PR CALABRIA FESR FSE+ 2021-2027

Piano strategico di comunicazione

Indice

1. La metodologia
2. Il contesto di riferimento
3. I target
4. Gli obiettivi strategici del Piano di comunicazione
5. La strategia di comunicazione
6. I canali di comunicazione digitale
7. Le attività di comunicazione
8. Analisi dati e strumenti di monitoraggio
9. Ipotesi di cronoprogramma

APPENDICE

- A. Governance
- B. Team

1. La metodologia per la costruzione del piano di comunicazione

- Introduzione
- Le basi metodologiche



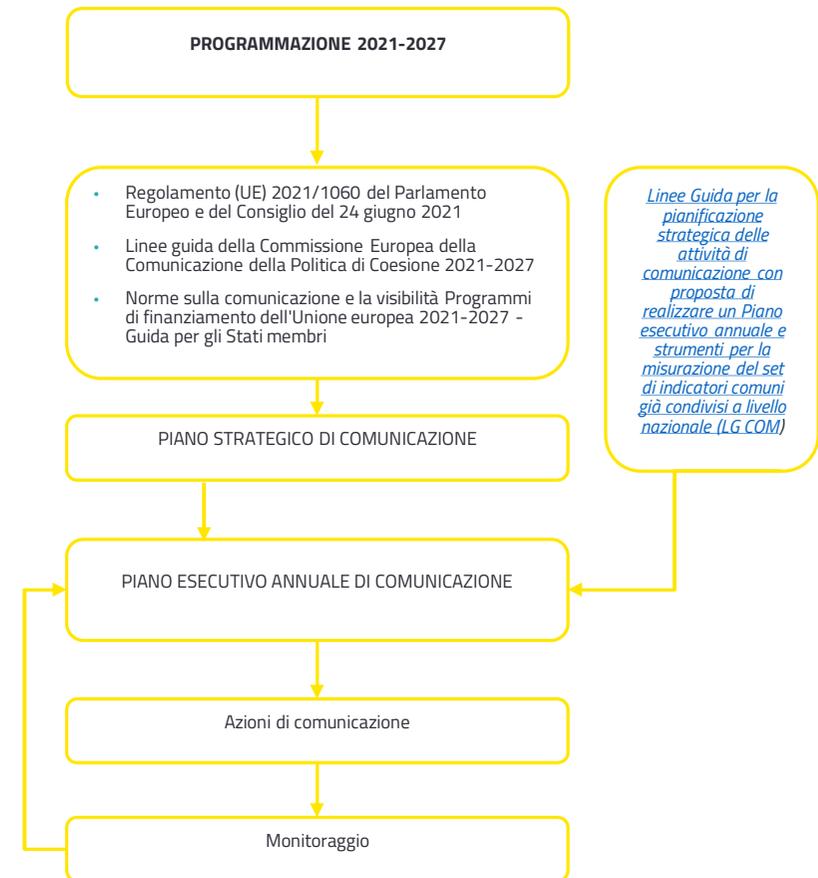
Introduzione

Nel presente documento verrà illustrato il **Piano strategico di Comunicazione** per la Programmazione 2021-2027 della Politica di Coesione della Regione Calabria previsto dal Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021, dalle Linee guida della Commissione Europea della Comunicazione della Politica di Coesione 2021-2027, nonché dalle Norme sulla comunicazione e la visibilità Programmi di finanziamento dell'Unione europea 2021-2027 - Guida per gli Stati membri.

Il **Piano strategico di comunicazione** intende rispondere alle esigenze sia del Dipartimento Programmazione Unitaria, sia di tutti i Dipartimenti regionali coinvolti nelle tematiche descritte dai cinque Assi della Politica di Coesione. In quanto tale sarà il documento che guiderà le azioni di tutti i Dipartimenti regionali quando coinvolti nella comunicazione di iniziative e risultati relativi al PR CALABRIA FESR FSE+ 2021-2027.

Dal piano strategico di comunicazione **deriverà il piano esecutivo annuale di comunicazione**, redatto in coerenza con la strategia ma declinato in base alle esigenze correnti. 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 PR Calabria 2014-2020** (come ad esempio ASOC).

Il **piano esecutivo di comunicazione**, come da «[Linee Guida per la pianificazione strategica delle attività di comunicazione con proposta di realizzare un Piano esecutivo annuale e strumenti per la misurazione del set di indicatori comuni già condivisi a livello nazionale \(LG COM\)](#)», conterrà dati di sintesi attuativa dell'annualità precedente, obiettivi, pubblici di riferimento, descrizione delle attività, degli strumenti e dei veicoli da attivare, attività di comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica, cronoprogramma, budget annuale previsionale, monitoraggio e valutazione.





Introduzione

Per garantire la massima uniformità e coerenza ad ogni attività, verrà predisposto un **documento recante gli orientamenti attuativi** che fornirà istruzioni operative per guidare tutti i soggetti coinvolti nell'individuazione degli strumenti di comunicazione più adeguati, nell'uso corretto della linea grafica del programma, nella progettazione di azioni coerenti con gli obiettivi e con la strategia del piano di comunicazione. Il documento sarà reso disponibile a tutti i referenti dei Dipartimenti.

Il **piano di comunicazione** è quindi lo **strumento attraverso il quale il Programma parla al suo target**.

Il **documento recante gli orientamenti attuativi** è lo **strumento che garantisce una comunicazione uniforme del Programma verso il pubblico di riferimento**.

PIANO DI
COMUNICAZIONE

DOCUMENTO
RECANTE GLI
ORIENTAMENTI
ATTUATIVI

COMUNICAZIONE
COERENTE E
UNIFORME

RAGGIUNGIMENTO
DEL PUBBLICO

Le basi metodologiche

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.

ANALISI

- Analisi contesto di riferimento
- Ricerca, raccolta e studio di documenti strategici di indirizzo
- Censimento dei canali digitali e social esistenti, dei portali e degli strumenti digitali
- Analisi delle attività di comunicazione realizzate nella precedente programmazione dal PR Calabria

CONFRONTO E ASCOLTO

- Confronto con Autorità di Gestione per raccogliere input e indicazioni
- Confronto con il Responsabile della comunicazione su temi, esigenze e priorità
- Confronto con la Vicepresidente e Delegata alla Programmazione Unitaria su aspettative per il 2024
- Ascolto della percezione dei cittadini sulla politica regionale dell'UE

INDIVIDUAZIONE ELEMENTI STRATEGICI

- Individuazione di un messaggio strategico e di un'azione sinergica integrata
- Integrazione tra canali e comunicazione interna ed esterna
- Individuazione degli strumenti più adatti a raggiungere ciascun target di riferimento

PIANO DI COMUNICAZIONE 2024

- Elaborazione di una strategia di comunicazione rappresentativa di tutto il PR Calabria (distintiva, coordinata, coerente).
- Condivisione strutturata delle azioni di comunicazione.
- Elaborazione di una comunicazione programmata

PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATA 2024

2. Il contesto di riferimento

- Informazioni generali
- Consapevolezza e percezione della politica regionale UE
- Riferimenti normativi
- Le novità della Politica di Coesione 21-27
- Gli obiettivi di Policy della Politica di Coesione
- L'indirizzo strategico per la Programmazione
- Le priorità della Regione Calabria



Informazioni generali

POPOLAZIONE

In Calabria al 1° gennaio 2019 risiedono 1.947.131 persone (il 3,2% del totale italiano). Rispetto alla media nazionale, la distribuzione della popolazione è più numerosa nelle fasce più giovani.

DIGITALIZZAZIONE

Più di un terzo delle famiglie (il 32,7%) non dispone ancora di un accesso ad Internet da casa.

Tra le famiglie che non dispongono di accesso alla rete, circa il 60% dichiara di non sapere usare Internet mentre il 21,7% non lo ritiene utile e/o interessante.

Il 62,1% tra le persone in età dai 6 anni in su fa utilizzo di Internet, un dato alquanto inferiore rispetto alla media nazionale (70,4%). Gli utilizzatori assidui (tutti i giorni) sono il 46,4% contro il 54,7% del dato nazionale.

Età (anni)	Calabria	Italia (totale)
0-4	4,1%	3,9%
15-19	5,1	4,8
20-39	24,4	22,0
75 +	10,7	11,7

REDDITO

Nel 2018 i valori degli indicatori di povertà sono decisamente più alti di quelli nazionali. Le famiglie che si trovano in uno stato di povertà relativa nella regione sono il 30,6% rispetto all'11,8% in Italia; anche l'incidenza della povertà relativa individuale (34,6%) risulta più che doppia in confronto al totale del Paese (il 15,0%).

Consapevolezza e percezione della politica regionale UE

Durante il mese di giugno del 2023 è stata condotta una **ricerca relativa alla percezione e alla consapevolezza dei cittadini europei rispetto alla politica regionale dell'UE**, sulla base della somministrazione di un'intervista diffusa telefonicamente in 27 Paesi.

	EUROPA		ITALIA	
	2021	2023	2021	2023
Consapevolezza complessiva dei progetti finanziati dall'UE (%)	38%	+1% 39%	51%	+3% 54%
Ritiene che questo supporto abbia avuto un impatto positivo sulla propria città o regione (%)	79%		56%	
Crede che l'UE debba continuare a investire in progetti di sviluppo economico in tutte le regioni, non solo quelle più povere (%)	63%		69%	

CONSAPEVOLEZZA

Nel 2023 la **consapevolezza** dei cittadini europei rispetto ai progetti UE nella propria Regione è **aumentata dell'1% rispetto al 2021**.

La consapevolezza dei **cittadini italiani** rispetto ai progetti UE nella propria regione è **aumentata del 3% rispetto al 2021**.



I **cittadini italiani** sono **più consapevoli** della media dei cittadini europei rispetto ai progetti UE realizzati nella propria regione.

Tuttavia a fronte del 54% dei cittadini italiani consapevoli, si registra nel 2023 che il **46% del totale non è consapevole**. Occorre quindi **incrementare la consapevolezza** di quest'ultimi informandoli rispetto al tema.

IMPATTO

Il 79% dei cittadini europei e il **56% dei cittadini italiani**, che conosce i progetti europei, ritiene che abbiano un **impatto positivo** sulle regioni.



Solo il **56% dei cittadini italiani** rispetto al 79% dei cittadini europei ritiene che i progetti europei abbiano un **impatto positivo sulle regioni**.

Risulta quindi necessario **incrementare la percezione** dei cittadini italiani rispetto all'utilità e l'impatto positivo dei fondi.

REGIONI

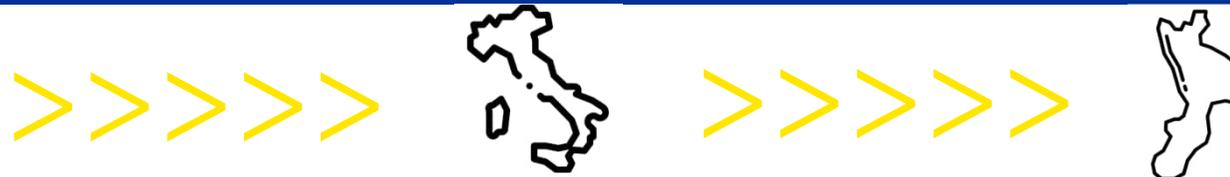
Il 63% dei cittadini europei e il **69% dei cittadini italiani** ritiene che l'UE debba **continuare a investire** in progetti di sviluppo economico in tutte le regioni.



Il 6% in più di cittadini italiani (69%) rispetto ai cittadini europei (63%) ritiene che l'UE debba continuare a investire in progetti di sviluppo economico in tutte le regioni.

Questo dimostra che i **cittadini italiani** hanno una **predisposizione positiva verso gli investimenti dell'UE**. Ci sono quindi le basi per creare un sentimento di fiducia verso i fondi europei.

Riferimenti normativi



COMUNICARE LA POLITICA DI COESIONE

NORMATIVA EUROPEA

Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 giugno 2021 [Link](#)

Estratto "Visibilità, Trasparenza e comunicazione" del Regolamento (UE) 2021/1060 [Link](#)

Comunicare la politica di coesione nel periodo 2021-2027 - Linee guida della Commissione Europea [Link](#)

Norme sulla comunicazione e la visibilità Programmi di finanziamento dell'Unione europea 2021-2027 Guida per gli Stati membri [Link](#)

LA POLITICA DI COESIONE IN CALABRIA

PROGRAMMA REGIONALE

Strategia di comunicazione e visibilità – Comunicazione è coesione - Estratto dal programma regionale [Link](#)

Documento di Indirizzo Strategico Regionale (DISR) – Regione Calabria [Link](#)

Documento di Indirizzo Strategico – Sintesi [Link](#)

Programma Regionale Calabria FESR/FSE+ 2021/2027 [Link](#)

DOCUMENTI STRATEGICI

LA COMUNICAZIONE DELLA REGIONE

Decreto dirigenziale: Piano annuale di Comunicazione del POR Calabria FESR FSE 2014-2020 [Link](#)

Strategia di comunicazione 2014-2020 [Link](#)

Informativa sullo stato di attuazione della strategia di comunicazione [Link](#)

Programma Regionale Calabria FESR/FSE+ 2021-2027 - Comitato di Sorveglianza 17 marzo 2023 [Link](#)

Le novità della Politica di Coesione 21-27



In previsione del nuovo bilancio a lungo termine (2021-2027) gli Stati membri e la Commissione europea si sono impegnati a intensificare gli sforzi per comunicare la politica di coesione, la principale politica di investimenti dell'UE e una delle sue più concrete espressioni di solidarietà.

Rispetto alla programmazione 2014-2020 sono state introdotte alcune importanti modifiche alle responsabilità degli Stati, delle Autorità di Gestione e anche dei Beneficiari dei fondi.



STRATEGIA	Le autorità di gestione illustrano l'approccio previsto per la comunicazione in una sezione dedicata del programma (prima era un documento a parte e non soggetto a valutazione)
RESPONSABILITÀ DEGLI STATI MEMBRI	Gli Stati membri assicurano una visibilità specifica alle operazioni di importanza strategica.
EMBLEMA UE	L'emblema dell'Unione europea deve figurare in modo evidente su tutto il materiale di comunicazione, accanto alla dichiarazione «(Co-)finanziato dall'Unione europea» espressa per esteso. La dichiarazione non fa riferimento al fondo specifico. A parte l'emblema dell'UE, non devono essere utilizzati altre identità visive o logotipi per evidenziare il sostegno dell'UE
I RESPONSABILI DELLA COMUNICAZIONE E DELLE RETI	Gli Stati membri nominano un coordinatore nazionale della comunicazione unico per tutti i fondi. Il ruolo del coordinatore della comunicazione nel coordinare le misure per la visibilità dei programmi è esplicitamente riconosciuto. La Commissione gestisce un'unica rete per tutti i fondi costituita dai coordinatori della comunicazione e dai responsabili della comunicazione dei programmi.
RESPONSABILITÀ DELLE AUTORITÀ DI GESTIONE	Le autorità di gestione creano un sito web con informazioni sul programma entro sei mesi dalla sua approvazione. Le autorità di gestione hanno la responsabilità di garantire la pubblicazione sul sito web del programma, o sul portale web unico nazionale, di un calendario degli inviti a presentare proposte . Il calendario dovrebbe essere aggiornato almeno tre volte all'anno . La lista delle operazioni deve essere aggiornata ogni quattro mesi .
RESPONSABILITÀ DEI BENEFICIARI	Per operazioni di importanza strategica o superiori ai 10 milioni di EUR, i beneficiari devono organizzare un evento o un'attività di comunicazione che coinvolga la Commissione e l'Autorità di gestione. I beneficiari che non rispettano gli obblighi di visibilità sono soggetti a rettifiche finanziarie fino al 3% del sostegno ricevuto. Nel caso in cui si svolgano più operazioni nello stesso luogo, devono essere esposti solo una targa o un cartellone.
OBBLIGHI DI INFORMAZIONE	Le relazioni annuali di attuazione non sono più previste. Tuttavia, gli Stati membri forniscono alla Commissione informazioni sull'attuazione delle azioni di comunicazione e visibilità dei programmi per la preparazione della riunione di revisione annuale.
COMITATO DI SORVEGLIANZA	I comitati di sorveglianza «esaminano l'attuazione delle azioni di comunicazione e di visibilità». (Viene rafforzato il ruolo dei comitati di sorveglianza nella supervisione delle prestazioni del PO, compresa la comunicazione)

Gli obiettivi di Policy della Politica di Coesione

La Politica di Coesione 2021-2027 concentrerà le proprie risorse su cinque obiettivi strategici, indicati come **obiettivi di Policy** nel PROGRAMMA REGIONALE CALABRIA FESR/FSE+ 2021-2027).

OP1

UN'EUROPA PIÙ INTELLIGENTE

Innovazione, digitalizzazione, trasformazione economica e sostegno alle piccole imprese

Promuovere la competitività, la trasformazione digitale, l'imprenditorialità e l'innovazione (compresa la crescita inclusiva e le imprese sociali) e migliorare il contesto imprenditoriale nel quadro dell'adeguamento industriale alle sfide poste dalla globalizzazione, dall'economia circolare e dal cambiamento climatico.

OP2

UN'EUROPA PIÙ VERDE

Transizione energetica, energie rinnovabili e lotta contro i cambiamenti climatici.

Promuovere la transizione verso un'energia pulita ed equa per migliorare l'efficienza energetica, sostenere la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio, stimolare le energie rinnovabili, sostenere l'uso innovativo di tecnologie a basse emissioni di carbonio, sostenere gli investimenti verdi e blu, anche per quanto riguarda la gestione sostenibile delle risorse naturali, l'economia circolare, l'adattamento ai cambiamenti climatici e la loro mitigazione.

OP3

UN'EUROPA PIÙ CONNESSA

Reti di trasporto e digitali strategiche.

Sostenere la mobilità, l'energia e la connettività delle TIC a livello regionale per sviluppare reti e sistemi regionali in grado di promuovere il trasporto sostenibile, le reti energetiche intelligenti e l'accesso digitale ad alta velocità al fine di migliorare la connettività a livello regionale, locale e transfrontaliero, anche sotto il profilo della sicurezza.

Fonte: [PR-Calabria-FESR-FSE-2021_2027.pdf](#)

OP4

UN'EUROPA PIÙ SOCIALE

Occupazione di qualità, istruzione, competenze, inclusione sociale, accesso alla sanità.

Attuare i principi del pilastro europeo dei diritti sociali, in particolare l'apprendimento permanente, le infrastrutture di istruzione e formazione nonché le infrastrutture sanitarie, culturali e sociali.

OP5

UN'EUROPA PIÙ VICINA AI CITTADINI

Strategie di sviluppo gestite a livello locale e sviluppo urbano sostenibile.

Promuovere un'Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello sviluppo sostenibile e integrato delle zone urbane, rurali e costiere e delle iniziative locali.

L'indirizzo strategico per la Programmazione

Il **Documento di indirizzo strategico regionale per l'avvio della programmazione 2021-2027** identifica gli obiettivi, gli strumenti e le azioni intraprese (oltre a quelle suggerite) per il rispetto degli obblighi normativi nonché per il raggiungimento degli obiettivi di policy.



Comunicazione è coesione

Fattori da evidenziare e rafforzare in continuità rispetto alla programmazione 2014-2020:



SEMPLIFICAZIONE

Un linguaggio a portata di tutti con le sintesi del POR e degli avvisi



AREA UNICA

Un'area dedicata sul portale Calabria Europa, dalla quale accedere a tutti i bandi.



PRE-INFORMAZIONE

Degli avvisi pubblici per favorire il partenariato e il raggiungimento dei beneficiari.

Priorità strategiche della comunicazione

- **Promuovere le opportunità** offerte dai programmi, **valorizzare le esperienze** progettuali e le buone pratiche, **sintetizzare i risultati** raggiunti, **sensibilizzare** i target di riferimento rispetto alle prospettive della Programmazione 2021-2027 attraverso **azioni di comunicazione partecipative** mirate a coinvolgere in maniera attiva destinatari e beneficiari e, più in generale, il grande pubblico in **azioni di monitoraggio civico** che vedano coinvolti soprattutto i giovani.
- **Ridurre la distanza tra istituzioni pubbliche e comunità**, costruendo un dialogo continuo e concreto che possa: aumentare la partecipazione dei cittadini, la consapevolezza dell'impatto positivo delle politiche di coesione sul territorio e la fiducia dei cittadini nei confronti delle istituzioni.
- Rendere consapevole la comunità del **valore aggiunto dell'Unione Europea** attraverso un racconto accessibile.
- **Rafforzare** e razionalizzare gli strumenti di comunicazione in essere.

Le priorità della Regione Calabria

Gli obiettivi di Policy, declinati nella dimensione regionale delle 5 **priorità** nel PROGRAMMA REGIONALE CALABRIA FESR/FSE+ 2021-2027, definiscono le politiche di sviluppo in ottica di **semplicità, flessibilità ed efficienza**.



PRIORITÀ 1

UNA CALABRIA PIÙ INTELLIGENTE

Competitività e innovazione

Mettendo a sistema azioni che coniugano conoscenza del territorio, visibilità e riconoscibilità e agendo non solo sull'impresa, ma sul contesto localizzativo verrà posta grande importanza sull'elemento chiave, la **fiducia**, con l'obiettivo di ricostruire il sistema post Covid-19. **Attraverso la promozione della competitività, l'imprenditorialità e l'innovazione** (compresa la crescita inclusiva e le imprese sociali) **sarà possibile migliorare il contesto imprenditoriale** nel quadro dell'adeguamento industriale alle sfide poste dalla globalizzazione, dall'economia circolare e dal cambiamento climatico.

PRIORITÀ 2

UNA CALABRIA PIÙ VERDE

Clima ed energia, risorse naturali ed economia circolare

Promuovere l'**efficientamento energetico** del patrimonio pubblico, l'incentivazione alla produzione di energia da fonti rinnovabili, la transizione da un modello di sviluppo basato sull'economia lineare a un modello di tipo circolare, la valorizzazione delle risorse naturali per la promozione di nuove forme di fruizione delle aree protette e del turismo sostenibile.

PRIORITÀ 3

UNA CALABRIA PIÙ CONNESSA

Reti, trasporti e logistica

Sostenere la **mobilità**, l'energia e la connettività delle **TIC** a livello regionale per sviluppare reti e sistemi in grado di promuovere il trasporto sostenibile, le reti energetiche intelligenti e l'accesso digitale ad alta velocità al fine di migliorare la connettività a livello regionale, locale e transfrontaliero, anche sotto il profilo della sicurezza.

Fonte: [PR-Calabria-FESR-FSE-2021_2027.pdf](#)

PRIORITÀ 4

CALABRIA PIÙ SOCIALE

Occupazione, competenze e inclusione

Rafforzare e integrare tutte le forme di sostegno alle persone con servizi di **formazione, lavoro e inclusione attiva**, per contribuire al miglioramento del benessere dell'intera popolazione calabrese, supportando l'attuazione dei principi del pilastro europeo dei diritti sociali, in particolare l'apprendimento permanente, le infrastrutture di istruzione e formazione nonché le infrastrutture sanitarie, culturali e sociali.

PRIORITÀ 5

CALABRIA PIÙ VICINA AI CITTADINI

Sviluppo dei territori e capacità amministrativa

Favorire un'Europa più vicina ai cittadini attraverso la promozione dello **sviluppo sostenibile e integrato** delle zone urbane, rurali e costiere e delle iniziative locali, per aumentare la qualità di vita dei cittadini, superando la dicotomia "aree urbane/aree interne" e valorizzando il modello identitario di una Calabria "territorio dei piccoli borghi e della qualità urbana".

3. I target

- Panoramica degli interlocutori e destinatari



Panoramica degli interlocutori e destinatari



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



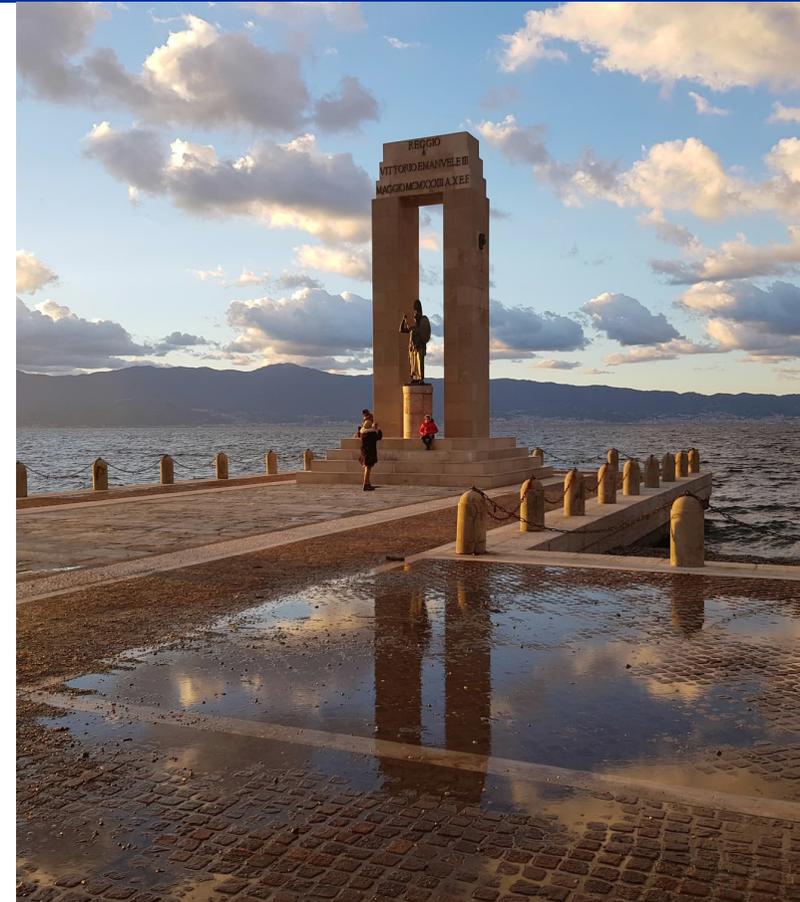
GRANDE PUBBLICO

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

- Obiettivi strategici del Piano di Comunicazione



Obiettivi strategici del Piano di Comunicazione

Alla luce degli obiettivi di comunicazione della Programmazione 21-27, delle nuove disposizioni normative e delle nuove esigenze emerse dall'ascolto e dal confronto interno, è possibile individuare alcuni obiettivi strategici rilevanti per il Piano di comunicazione.

COMUNICAZIONE ESTERNA

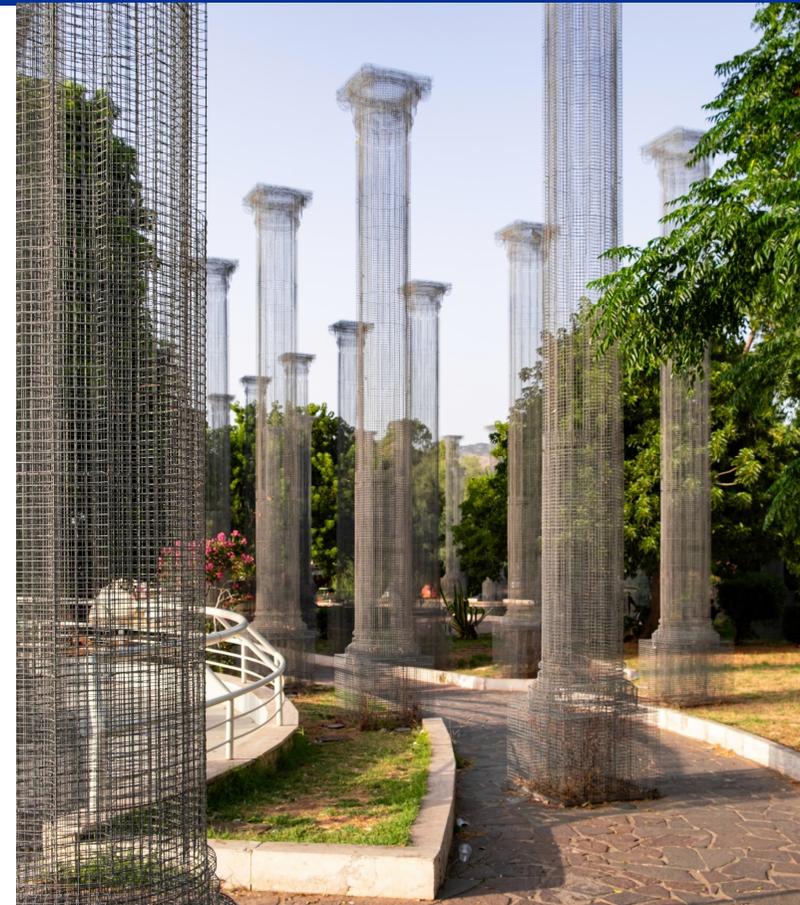
-  **Comunicare gli obiettivi della programmazione 21-27**, con un focus sulle novità in termini di obblighi normativi per i beneficiari
-  Diffondere **informazioni sui progetti** strategici del PR Calabria
-  **Sensibilizzare sui temi del Programma:** innovazione, sostenibilità, mobilità, cultura, 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, al fine di valorizzare all'interno i benefici attesi e l'operato delle risorse coinvolte nei processi operativi.
-  **Favorire la collaborazione tra Dipartimenti, Assessori e tutte le persone chiave** che possono contribuire potenzialmente all'arricchimento dei contenuti o alla divulgazione su altri canali.
-  **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) definendo linee guida comuni.

5. La strategia di comunicazione

- I pillar della Programmazione 2021/2027
- Gli obiettivi specifici per il coinvolgimento dei beneficiari
- Gli obiettivi specifici per il coinvolgimento dei cittadini
- Parole chiave
- Messaggio strategico



I pillar della Programmazione 2021/2027



L'**accessibilità** dei contenuti passerà anche attraverso:

- una **razionalizzazione dei canali di comunicazione** che privilegerà il portale Calabria Europa come mezzo principale;
- un **approccio ottimizzato** volto a eliminare i potenziali elementi che possano distrarre, puntare dare il giusto risalto ai messaggi chiave.



Portare la Politica di Coesione "fuori dal palazzo" e tra la gente attraverso un mix che **integri azioni di comunicazione digitale e offline**. La **Regione Calabria dovrà farsi conoscere e diventare una presenza di riferimento** tangibile attraverso azioni granulari destinate alla capillarizzazione della comunicazione, dai grandi centri abitati alle località più isolate.



Sarà possibile fortificare la credibilità del Dipartimento, e di rimando quella della Regione Calabria, attraverso la creazione di un **rapporto di fiducia** basato su una **comunicazione puntuale e sincera**, priva di sensazionalismi o toni autocelebrativi per offrire un quadro realistico della situazione attuale e degli impegni concreti del Dipartimento stesso.

Gli obiettivi specifici per il coinvolgimento dei beneficiari



Favorire azioni di comunicazione orizzontale tra programmi operativi e iniziative/progetti europei gestiti in forma diretta dalla Regione Calabria



Garantire la diffusione e valorizzazione dei risultati attraverso una capillare informazione sui progetti realizzati/in corso di realizzazione



Promuovere le buone pratiche



Realizzare azioni di comunicazione mirate e speciali, in particolare per gli interventi di importanza strategica individuati dalla Stazione Appaltante

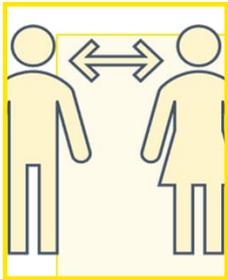


Costruire un dialogo continuo e concreto con i beneficiari, il partenariato e gli stakeholders

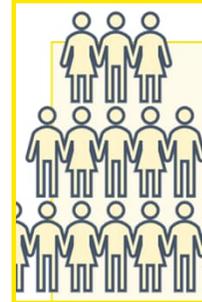


Garantire il massimo livello di trasparenza, di trasferimento di conoscenza e di partecipazione a tutta la platea dei potenziali beneficiari

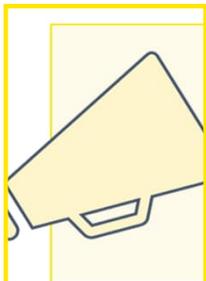
Gli obiettivi specifici per il coinvolgimento dei cittadini



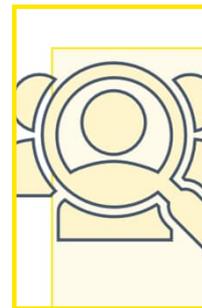
Ridurre la distanza tra le istituzioni pubbliche e la società civile



Incrementare la partecipazione dei cittadini a tutti gli interventi e opportunità offerte dai Programmi Europei



Garantire la diffusione di informazioni a livello regionale e nazionale



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

Messaggio strategico

- Sulla base delle parole chiave, frutto di condivisione e confronto con l'Amministrazione, è stato individuato il **messaggio strategico** che **guida il piano di comunicazione** e tutte le sue attività.
- Un **messaggio efficace si distingue per la sua duttilità**, offrendo infinite declinazioni, adattandosi rispetto a nuove possibili tendenze o occasioni da comunicare.
- **Una versatilità** che permette uno storytelling coerente, in grado di evolversi a seconda di pubblici, canali e fase di attuazione del Piano di comunicazione.





IL FUTURO È CALABRIA.

IL FUTURO È CALABRIA.

L'Europa e l'Italia sono a lavoro per creare un futuro migliore per tutti i cittadini. Questo futuro però 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, che possono farla crescere come comunità.

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

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 practice 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 digitale

- L'ecosistema digitale - Panoramica
- La gestione sinergica delle iniziative e dei canali



L'ecosistema digitale - Panoramica

CANALE WEB PRINCIPALE



Calabria Europa
il portale della Programmazione Unitaria

CANALI WEB PROPRIETARI



Partecipa Calabria
costruiamo insieme il nostro futuro

**Racconti
di Calabria**
#EUinmyregion

CANALI NON PROPRIETARI

CANALI WEB OPENCOESIONE

OPENCOESIONE
Verso un migliore uso delle risorse: scopri, segui, sollecita.

**La Scuola di
OPENCOESIONE**

PROFILI SOCIAL PROPRIETARI



L'immagine coordinata
usata sui profili social
propriari fa
riferimento alla
Programmazione 2014-
2020

CANALI WEB DEI PARTNER DI PROGETTO



**NOTTE EUROPEA
DEI RICERCATORI
IN ITALIA**



**GIORNATE
D'EUROPA**

ITALIA
open gov

La gestione sinergica delle iniziative e dei canali

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.

Il **messaggio sarà univoco, ma opportunamente declinato a seconda del canale** attraverso cui verrà diffuso.

Questo approccio è volto a mettere in luce una **comunicazione sempre più integrata tra l'interno e l'esterno** al fine di consolidare l'immagine del PR Calabria nel contesto nazionale di riferimento.

COMUNICAZIONE MULTICANALE

CANALI DI COMUNICAZIONE DEL PR CALABRIA

BRAND IDENTITY

COMUNICAZIONE
WEB

COMUNICAZIONE
SOCIAL

CAMPAGNE DI
COMUNICAZIONE

EVENTI E SEMINARI

UFFICIO STAMPA E
PR

INFLUENCER
MARKETING E PR

MATERIALI
EDITORIALI

MATERIALI
MULTIMEDIALI

7. Le attività di comunicazione

- Immagine coordinata
- Sviluppo di sistemi innovativi per la comunicazione digitale
- Attività per il coinvolgimento del territorio
- Comunicazione sul web
- Comunicazione sui social network
- Campagne di comunicazione
- Eventi e seminari
- Ufficio stampa e PR
- Materiali editoriali
- Materiali multimediali
- Influencer marketing e digital PR

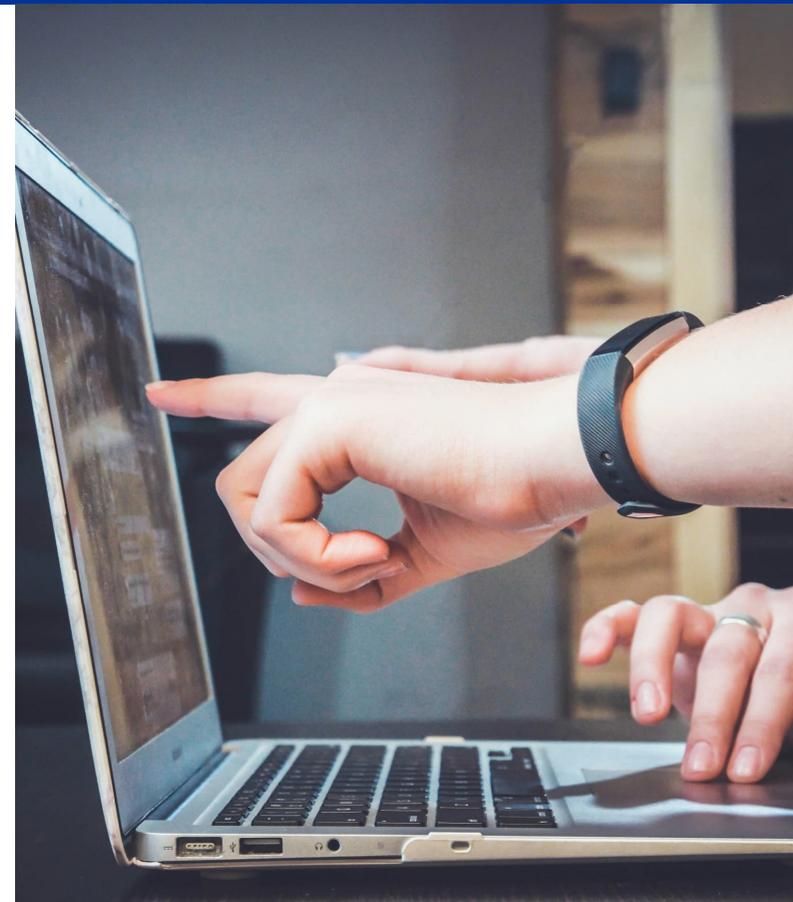




Immagine coordinata

Il **Dipartimento per le politiche di coesione della presidenza del Consiglio dei Ministri** per il periodo 2021-2027 **ha definito il brand comune "Coesione Italia"** per identificare gli investimenti – cofinanziati sia con risorse europee che nazionali – volti a ridurre le disparità territoriali. L'obiettivo è quello di favorire una migliore riconoscibilità di programmi, progetti e risultati, riducendo la frammentazione identitaria che negli anni si è rivelata un punto di debolezza per la promozione e disseminazione di queste politiche.

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. L'utilizzo del logo nella sua declinazione regionale rientra anche tra gli obblighi dei beneficiari dei fondi.

Fonti:

- [PR2021-2027-punto7OdG-Informativasulleazioniidicomunicazione.pdf \(regione.calabria.it\)](#)
- [Copertina \(regione.calabria.it\)](#)
- [La comunicazione del PR FESR FSE+ 21-27 - Calabria Europa \(regione.calabria.it\)](#)

L'**immagine coordinata** è composta da un **insieme di elementi** che rappresentano l'aspetto visivo, l'essenza e la personalità di un brand, di un Programma, di un progetto.

Il PR Calabria avrà un'**identità grafica** che **risponda ai requisiti richiesti dalla Programmazione 21-27** e che tenga conto di quanto stabilito dal **Brand Coesione Italia 21-27**.

La linea grafica **si estenderà a tutti i canali di comunicazione** e contribuirà a identificare in maniera **diretta e immediata** il Programma.

La Regione procederà, dunque, con le seguenti azioni:

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

Sviluppo di sistemi innovativi per la comunicazione digitale

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

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 **non sarà circoscritto alla sola fase preliminare di progettazione** (supporto nel reperimento delle informazioni relative ai bandi e nelle procedure di accesso ai fondi), ma riguarderà tutte le fasi del processo, **dall'affidamento** (supporto nell'esecuzione delle procedure) **all'attuazione** (sostegno specifico per ottemperare a tutti gli obblighi informativi e comunicativi a carico dei beneficiari). Il servizio includerà l'individuazione e il coinvolgimento di risorse dedicate e l'attivazione di una o più delle seguenti procedure:

- Chatbot
- Portale Self-Service
- Sistema di Ticketing
- Supporto Multi-Canale
- Risoluzione Remota.

A **supporto dei beneficiari potenziali ed effettivi**, si punterà a rafforzare l'efficacia e l'efficienza degli **strumenti digitali** della Regione Calabria attraverso **l'attivazione di nuove funzionalità** per il sito web Calabria Europa:

- 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

TARGET:



Pubblico specializzato



Grande pubblico

Attività per il coinvolgimento del territorio

La Regione Calabria nel 2024 intende **realizzare azioni finalizzate a:**

1. aumentare la conoscenza del suo operato nel territorio
2. coinvolgere il più possibile le comunità locali
3. far sentire i cittadini attori principali del cambiamento nella propria Regione

CONTEST

La Regione Calabria provvederà a ideare e realizzare un **contest/concorso** con l'obiettivo di **creare interesse e sensibilizzare i cittadini sul ruolo dell'Europa**, della Politica di Coesione e **sugli interventi finanziati dal PR Calabria**.

INCONTRI CON SCUOLE E UNIVERSITÀ DEL TERRITORIO

Nel 2024 si prevede l'organizzazione di incontri presso scuole e università del territorio finalizzati a **raggiungere gli stakeholder di riferimento**, in modo immediato e diretto, e a **farli sentire parte essenziale del Programma**.

In questo modo, la regione Calabria potrà:

- **Rafforzare il dialogo con i principali stakeholder**, rendendo solida la relazione e la sua posizione
- **Accreditarsi**
- Potenziare la sua **presenza sul territorio**

INCONTRI TERRITORIALI

Il PR Calabria incontrerà i diversi target su tutto il territorio regionale, raccoglierà le loro esigenze, **creerà momenti di ascolto e confronto con i destinatari** e costruirà azioni di comunicazione mirate e personalizzate, rafforzando così il rapporto con le comunità locali.

ATTIVITÀ DI PUBBLICHE RELAZIONI

Il PR FESR FSE+ 2021-2027 metterà in atto attività di comunicazione mirate a costruire e/o rafforzare relazioni con i pubblici di riferimento, con l'obiettivo di valorizzare il ruolo della regione Calabria e del suo operato sul territorio.

TARGET:



Grande pubblico

Comunicazione sul web

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

1. RAFFORZAMENTO E SEMPLIFICAZIONE DELLA COMUNICAZIONE WEB VERSO L'ESTERNO

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**. Tale progetto punterà a:

- **Effettuare una selezione del materiale relativo alla programmazione precedente** in modo da salvaguardare il patrimonio di informazioni esistente
- **Razionalizzare la distribuzione dei contenuti sul portale Calabria Europa** per semplificare e rendere più intuitiva la navigazione all'interno del sito
- Valutare il mantenimento o la dismissione di portali e strumenti digitali **non funzionanti** (es. LogiCal) o **relativi alla programmazione precedente** (es. Racconti di Calabria), che possono creare confusione nel target di riferimento.

2. OTTIMIZZAZIONE DEL FLUSSO INTERNO DI INFORMAZIONI DA PUBBLICARE SUL WEB

Per rafforzare e strutturare il flusso delle informazioni che partono da tutti i Dipartimenti e Uffici della Regione Calabria e vengono pubblicate sul portale di Calabria Europa, saranno costantemente predisposti materiali/format opportunamente creati per favorire:

- **intuitività** di compilazione delle schede avvisi;
- **velocità** di compilazione;
- **standardizzazione** del formato delle informazioni;
- **riduzione** delle possibili omissioni di informazioni;
- facilità di **archiviazione e consultazione**;
- **automatizzazione** dell'approvazione su alcuni contenuti
- **categorizzazione** delle informazioni in tempo reale secondo i parametri desiderati.

TARGET:



Publico specializzato



Grande pubblico



Target interno



Media

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.

- 1. CONTENUTI SOCIAL:** redazione di **contenuti social** per la **promozione di progetti ritenuti strategici dalla Regione Calabria** e in corrispondenza con la pubblicazione di news sul sito web, per garantire la **massima visibilità possibile a iniziative e progetti**. Il numero delle pubblicazioni dei post sarà definito in base all'opportunità, da valutare di volta in volta, relativa al tipo di messaggio da veicolare.
- 2. SOCIAL MEDIA STRATEGY:** definizione di una **social media strategy**, che sarà redatta per rispondere a **esigenze di semplificazione e di coerenza** (in particolare per quanto riguarda l'immagine coordinata e le informazioni di base su ciascun canale).
- 3. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT:** predisposizione di un **piano di social media management** e relativo aggiornamento **mensile**.
- 4. SOCIAL MEDIA POLICY:** aggiornamento della Social Media Policy esistente sulla base di quanto stabilito dalla Programmazione 2021-2027.
- 5. CAMPAGNE SPONSORIZZATE:** progettazione di **campagne sponsorizzate sui social network** che consentano di fare una selezione e **raggiungere solo gli utenti di maggiore interesse, targettizzando così la comunicazione per genere, posizione geografica, età, interessi**.
- 6. MONITORAGGIO:** **monitoraggio e realizzazione di report periodici** per l'ottimizzazione della strategia social con aggiornamento del piano digitale, compresa la definizione delle modalità e della frequenza di pubblicazione di post e contenuti.
- 7. SCOUTING** di nuove funzionalità, opportunità di comunicazione e format.

TARGET:



Pubblico specializzato



Grande pubblico



Media

Campagne di comunicazione

Il tema della comunicazione ha assunto nel corso dei precedenti cicli di programmazione dei Fondi Strutturali, un ruolo sempre più centrale.

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, allo scopo di:

- pubblicizzare presso i **cittadini** - il **grande pubblico** - i valori, la mission e l'operato della Regione Calabria, attraverso un'adeguata copertura mediatica sul territorio nazionale;
- promuovere presso i **potenziali beneficiari/destinatari** la conoscenza delle opportunità offerte dal Programma;
- valorizzare le **buone pratiche**;
- costruire percorsi di comunicazione targettizzata per favorire un coinvolgimento mirato del pubblico di riferimento per ogni progetto e azione del PR Calabria
- comunicazione sempre più targettizzata anche grazie all'analisi dei dati raccolti con gli strumenti digitali.

TARGET:



Pubblico specializzato



Grande pubblico



Media

Eventi e seminari

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.



Evento Annuale di comunicazione



Comitati di Sorveglianza



Eventi per beneficiari effettivi e potenziali e partenariato



Convegni, workshop, seminari



Partecipazione a eventi e iniziative

Eventi e seminari

EVENTO ANNUALE DI COMUNICAZIONE

ATTIVITÀ

L'**evento annuale di comunicazione**, secondo quanto previsto dalla normativa europea, rientra negli **obblighi dell'Adg**, che deve prevedere un **evento informativo all'anno** per promuovere le opportunità di finanziamento, le strategie perseguite e i risultati del programma operativo.

L'evento annuale costituisce, dunque, un'**importante occasione per fare il punto sullo stato di attuazione del Programma**, le linee di finanziamento del PR FESR FSE+ e sulle opportunità offerte dalla programmazione 2021-2027.



Media



Pubblico specializzato

COMITATI DI SORVEGLIANZA

ATTIVITÀ

Sono **incontri fissi** per fare il punto su:

1. raggiungimento degli obiettivi di spesa fissati;
2. principali dati relativi allo stato di attuazione e di avanzamento del programma;
3. riscontri rispetto alle azioni realizzate nel corso dell'ultimo anno;
4. risultati ottenuti.



Pubblico specializzato



Target interno

EVENTI SUL TERRITORIO PER I BENEFICIARI

ATTIVITÀ

Non verranno realizzati eventi standard, da replicare in più territori, ma si creerà una sorta di narrazione itinerante in cui il **PR Calabria incontra diversi target**, raccoglie le loro esigenze, **crea momenti di confronto tra i destinatari e costruisce con loro i contenuti da comunicare** alle varie categorie, in modalità peer to peer.

Verranno realizzati **incontri** della durata complessiva di 2 ore per ciascun incontro, **organizzati in collaborazione con le associazioni di categoria / professionali / Unioncamere** nelle seguenti aree territoriali:

- Catanzaro
- Cosenza
- Crotona
- Reggio Calabria
- Vibo Valentia



Pubblico specializzato



Grande pubblico

Eventi e seminari

CONVEGNI, WORKSHOP E SEMINARI

ATTIVITÀ

Nel corso dell'anno si prevede, anche **in collaborazione con gli enti territoriali** di riferimento (es. Enti Pubblici, Parti Sociali, altre Istituzioni, Organizzazioni professionali, Associazioni ecc.), l'organizzazione di **convegni, seminari e workshop**, della durata di una mezza giornata - finalizzati alla **diffusione della conoscenza delle attività previste dal PR Calabria** e del loro stato di attuazione - che verranno realizzati in concomitanza con l'avvio/chiusura di progetti significativi e rilevanti.

I seminari/workshop, diretti ad un **pubblico specialistico (potenziali beneficiari, beneficiari)**, si proporranno di:

- **pubblicizzare l'avvio / la chiusura di progetti** a valere sul Programma;
- **rendere i destinatari degli interventi consapevoli** delle attività realizzate e dei **risultati raggiunti** valorizzando eventuali *best practice*;
- **promuovere la partecipazione** delle strutture regionali coinvolte nell'attuazione del Programma;
- **stimolare il dialogo e il dibattito con gli stakeholder**, per monitorare l'efficacia delle azioni cofinanziate in rapporto alle esigenze espresse dai territori;
- **fornire informazioni in merito alle opportunità di finanziamento** previste dal Programma e alle procedure per la presentazione delle domande di finanziamento.



Publico specializzato



Grande pubblico



Media

PARTECIPAZIONE A EVENTI E INIZIATIVE

ATTIVITÀ

Partecipare a iniziative e manifestazioni fieristiche rappresenta per un Programma un'occasione di grandissima visibilità. Le fiere abitualmente registrano un'**alta affluenza di visitatori**, consentendo, anche grazie alla forte interazione con il pubblico, di:

- poter facilmente **veicolare un messaggio**
- **promuovere strategie e progetti**
- **rendere i referenti parte del processo e non più semplici referenti.**

Le manifestazioni e le fiere consentono di proporre al visitatore un **approccio "esperienziale"** al Programma, sollecitandone il coinvolgimento emotivo.

- **promuovere la notorietà degli interventi cofinanziati dal Programma presso il largo pubblico dei non addetti ai lavori**, valorizzando il contributo della UE

Il PR Calabria 2021-2027 **deve essere comunicato a target differenti**. È di conseguenza fondamentale **orientarsi verso eventi di carattere distintivo non uniforme**, prendendo in considerazione diverse tipologie di manifestazioni:

- **eventi di settore a livello regionale:** per fornire informazioni ai target specifici
- **eventi di settore a livello nazionale:** per stimolare il dibattito, incontrare il grande pubblico.
- **eventi istituzionali:** per favorire il confronto tra soggetti interistituzionali.
- **eventi correlati:** per stimolare il dibattito e incontrare il grande pubblico.



Grande pubblico



Publico specializzato



Media



Target interno

Ufficio stampa e PR

Aumento della notorietà e consolidamento del posizionamento della Regione Calabria nei confronti del **media target** (in particolare quello locale), attraverso attività di **media relation e di reputation management**, con tre obiettivi principali:

- **Aumentare la reputazione** della Regione Calabria presso i pubblici di riferimento attraverso uno storytelling mirato
- Individuare gli spazi/interlocutori/eventi più adatti a stabilire relazioni finalizzate a dare **visibilità**
- **Fare informazione**, coinvolgendo e sensibilizzando i target di riferimento tramite diversi canali e attività
- Costruzione, sviluppo e consolidamento di **relazioni continuative con media e opinion leader** per creare consenso, grazie a un flusso informativo costante su iniziative, servizi e aggiornamenti

Le attività di ufficio stampa, che saranno realizzate per garantire la **massima diffusione possibile al Programma** sono:

- 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 in concomitanza con gli **eventi cruciali** del Programma

TARGET:



Media

MEDIA:



Stampa e comunicatori



Testate locali



Testate nazionali



Siti web di informazione e portali



Radio e tv del territorio



Canali social

Materiali editoriali

BROCHURE E DEPLIANT

ATTIVITÀ

- **brochure** mirata a trasferire contenuti tecnici in merito alla strategia del Programma, alle opportunità offerte, agli strumenti, alla loro tempistica e alle fonti di finanziamento;
- **opuscolo** destinato alla diffusione e condivisione della **Raccolta Progetti Attivati** per l'anno di riferimento;
- **brochure** finalizzata a rendere noti i **risultati degli interventi** cofinanziati con i Fondi dell'Unione Europea e a diffondere esempi concreti di **progetti effettivamente realizzati**.

I materiali editoriali potranno essere **diffusi nel corso degli eventi** o pubblicati in versione digitale sul **portale di Calabria Europa**



Pubblico specializzato



Grande pubblico

INFOGRAFICHE

ATTIVITÀ

- Creazione di **infografiche** finalizzate non solo a comunicare i numeri relativi ai progetti, ma che siano integrate con il racconto delle esperienze dei beneficiari dei progetti stessi.

Le infografiche potranno essere utilizzate a supporto di un'attività di **ufficio stampa, pubblicate sul portale di Calabria Europa e veicolate tramite i canali social del Programma**.



Pubblico specializzato



Grande pubblico

Materiali editoriali

PUBBLICAZIONI

ATTIVITÀ

- **Pubblicazione** finalizzata a condividere e **diffondere le Best Practice** conseguite e/o eventuali approfondimenti realizzati nell'ambito dell'attuazione del PR Calabria

Le **pubblicazioni** potranno essere **diffuse nel corso degli eventi** o pubblicati in versione digitale sul **portale di Calabria Europa**



Pubblico specializzato



Target interno

MATERIALI PER LA COMUNICAZIONE CON IL TERRITORIO

ATTIVITÀ

- **Comunicazioni specifiche per il raggiungimento e il coinvolgimento delle comunità locali** (scuole, università, comuni ecc). I materiali prodotti (lettere, documenti informativi, ecc) avranno l'obiettivo di **condividere opportunità offerte dal Programma** a vantaggio degli stakeholder del territorio così da avvicinare ancora di più il PR Calabria al suo pubblico.



Pubblico specializzato



Grande pubblico

Materiali multimediali

VIDEO

ATTIVITÀ

Le tipologie di video che possono essere realizzate per il PR Calabria sono molteplici:

1. **Video pillole/podcast**, per raccontare in breve i progetti
2. **Infografiche animate**, per valorizzare i risultati
3. **Interviste ai beneficiari**
4. **Tutorial**, per informare gli interessati rispetto alle modalità di accesso ai fondi e partecipazione al programma



Pubblico specializzato



Grande pubblico



Target interno



Media

NEWSLETTER

ATTIVITÀ

La **newsletter** è uno strumento particolarmente adatto a fidelizzare i target, visto che prevede una periodicità.

È molto efficace per creare un **coinvolgimento continuo rispetto alle attività**, sviluppare un **senso di appartenenza** al PR Calabria e sensibilizzare rispetto ai temi chiave del programma.



Pubblico specializzato



Grande pubblico



Target interno



Media

INFOGRAFICHE

ATTIVITÀ

Se si vuole dare risalto ai dati, l'**infografica** è lo strumento più adatto.

Per il PR Calabria, le infografiche sono strumenti che si prestano bene a offrire una **panoramica quantitativa** rispetto alle attività del Programma.

Sono prodotti trasversali, adattabili all'**online** (web e social) e all'**offline** (brochure).



Pubblico specializzato



Grande pubblico



Target interno

Influencer marketing e digital PR

L'**influencer marketing** è diventato un **potente strumento per raggiungere il pubblico**, in particolare i giovani, in modo capillare sfruttando la credibilità e l'accesso diretto degli influencer ai loro follower. Tuttavia, **è importante scegliere gli influencer con attenzione**, assicurandosi che siano in linea con i valori e gli obiettivi del Programma, al fine di ottenere risultati positivi dalla collaborazione. Pertanto l'attività di influencer marketing seguirà i seguenti **step organizzativi**:

1. Definizione di messaggi e target

Sulla base degli obiettivi del Piano di Comunicazione e del target, definire i messaggi da veicolare e le eventuali creatività da utilizzare.

2. Mappatura e selezione

Individuare influencer e microinfluencer calabresi o con un seguito adeguato a livello territoriale che parlino della tematica scelta (es. una delle priorità).

3. Stabilire la partnership

Preparazione del creative brief e della proposta economica. Definizione di budget, need tecnici, tipo e numero di contenuti e modalità di condivisione.

4. Creazione dei contenuti

Conciliare la libertà creativa degli influencer e il messaggio da veicolare. Definire giorni di shooting e montaggio dei contenuti finali.

5. Lancio dei contenuti

Condivisione dei contenuti in collaborazione o nativi su tutte le piattaforme individuate.

6. Misurazione risultati

Quantificare i risultati sulla base dei KPI individuati per la campagna.

TARGET:



Pubblico specializzato



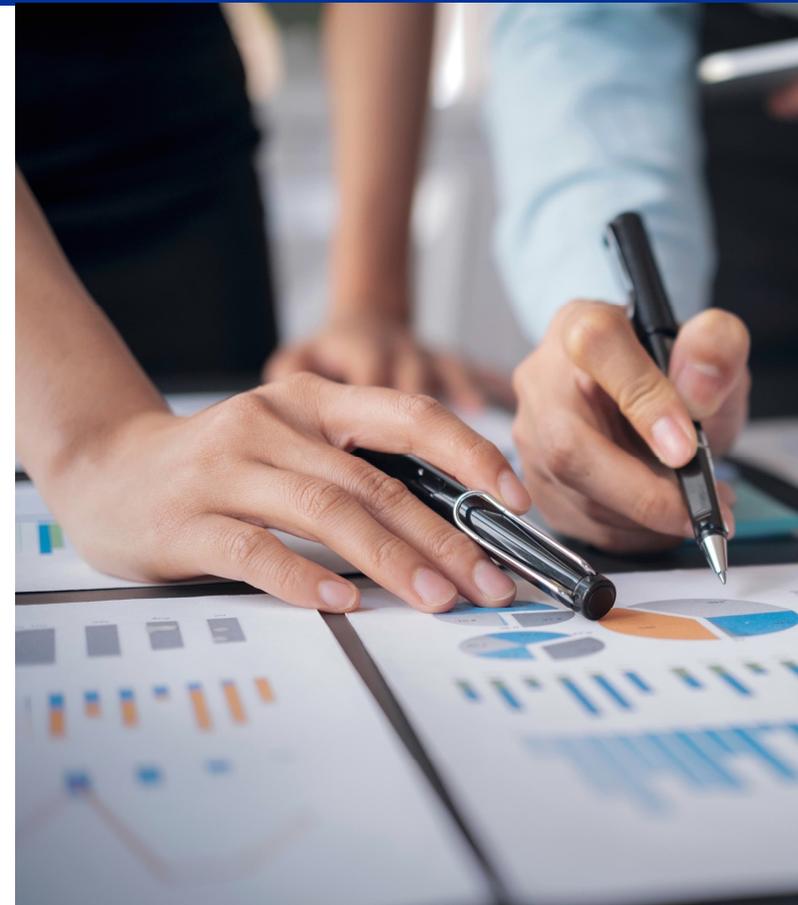
Grande pubblico



Media

8. Analisi dati e strumenti di monitoraggio

- Un approccio data-driven alla comunicazione
- Il monitoraggio e la misurazione dei risultati



Un approccio data-driven alla comunicazione

Per rispondere al meglio agli obiettivi di comunicazione, la Regione Calabria adotterà un approccio Data driven alla comunicazione.

Questo approccio abiliterà un ciclo virtuoso di comprensione e adattamento che, partendo dai dati, aiuta a definire gli insight e i bisogni comunicativi di ciascuna audience e, di conseguenza, consente di costruire contenuti e messaggi personalizzati. I risultati generati da queste attività saranno utilizzati per un'analisi dell'efficacia delle azioni di comunicazione intraprese, per una valutazione oggettiva dei risultati ottenuti e per l'eventuale conseguente adeguamento del Piano e delle sue linee di attività.

- Una matrice delle azioni di marketing che valuta gli elementi strategici chiave rispetto al loro impatto sulla futura campagna e ai loro costi/difficoltà di attuazione.
- Una dashboard (o cruscotto) contenente i risultati delle analisi e le misurazioni dei KPI.
- Creazione di sistemi per l'integrazione di dataset esistenti all'interno della Regione Calabria

RICERCA INTERNA

Nell'ottica di realizzare azioni di comunicazione mirata, la Regione Calabria metterà in atto attività preliminari finalizzate a contestualizzare al meglio le iniziative e rispondere alle esigenze dei target di riferimento:

- Attività di ricerca
- Benchmarking rispetto al settore di riferimento
- Analisi dell'as is
- Confronto e condivisione con la Rete dei Referenti per identificare priorità ed esigenze
- Individuazione fabbisogni comunicativi dei beneficiari

Queste attività sono da considerarsi come prioritarie e trasversali rispetto a ciascuna azione di comunicazione.

Il monitoraggio e la misurazione dei risultati

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 verrà garantito



- L'**allineamento** delle iniziative di comunicazione alle priorità e alla strategia del Programma;
- L'**ottimizzazione di tempi, costi e risorse** attraverso il tracciamento del progresso temporale delle iniziative;
- Il **rafforzamento dell'immagine** del Programma, tramite la verifica della realizzazione di un'azione di comunicazione attraverso indicatori di quantità;
- L'**identificazione dei punti di forza e aree di miglioramento** di comunicazione su cui poter intervenire durante l'anno;
- Il **rendiconto** delle attività.

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

Ogni indicatore verrà scelto considerando i seguenti criteri:

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

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

Il monitoraggio e la misurazione dei risultati

Al fine di effettuare un'analisi il più possibile concreta e coerente con il Piano di comunicazione, verranno individuati **indicatori quantitativi specifici per ciascun canale di comunicazione.**

A titolo esemplificativo:

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

INDICATORI DI REALIZZAZIONE

- n. Canali di comunicazione pianificati (sito web, social media, eventi, materiali, affissioni, ecc.)
- n. Spazi acquistati (se applicabile)

INDICATORI DI RISULTATO

- n. Utenti raggiunti (reach, visualizzazioni, interazioni, click sul link, ecc.)

EVENTI E SEMINARI

INDICATORI DI REALIZZAZIONE

- n. Inviti inviati
- n. Contenuti per i media prodotti (comunicati stampa, news, ecc.)
- n. Contenuti social e digitali prodotti (post, video, ecc.)
- n. Lavorazioni grafiche prodotte (programma, inviti, allestimenti ecc.)
- n. Materiali multimediali prodotti (video, foto, ecc)

INDICATORI DI RISULTATO

- n. Partecipanti
- n. Stakeholder coinvolti
- n. Articoli di stampa e web che danno notizia dell'iniziativa
- n. Click su pagine specifiche create ad hoc sul sito di Calabria Europa per la promozione delle singole iniziative

COMUNICAZIONE WEB

- n. Contenuti pubblicati sul sito web (news, comunicati, aggiornamenti, ecc)
- n. Pagine dedicate realizzate
- Progetti digital (messa on line di nuovi siti o di nuove sezioni degli attuali siti)

Il monitoraggio e la misurazione dei risultati

- 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.
- Fondamentale sarà il **monitoraggio e la valutazione dei ritorni delle principali attività di comunicazione** intraprese (campagne di comunicazione, ufficio stampa, comunicazione web e social, eventi, comunicazione interna, ecc) e la **percezione da parte dei target**.
- 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 annuale

- Cronoprogramma gennaio-giugno
- Cronoprogramma luglio-dicembre



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	■					

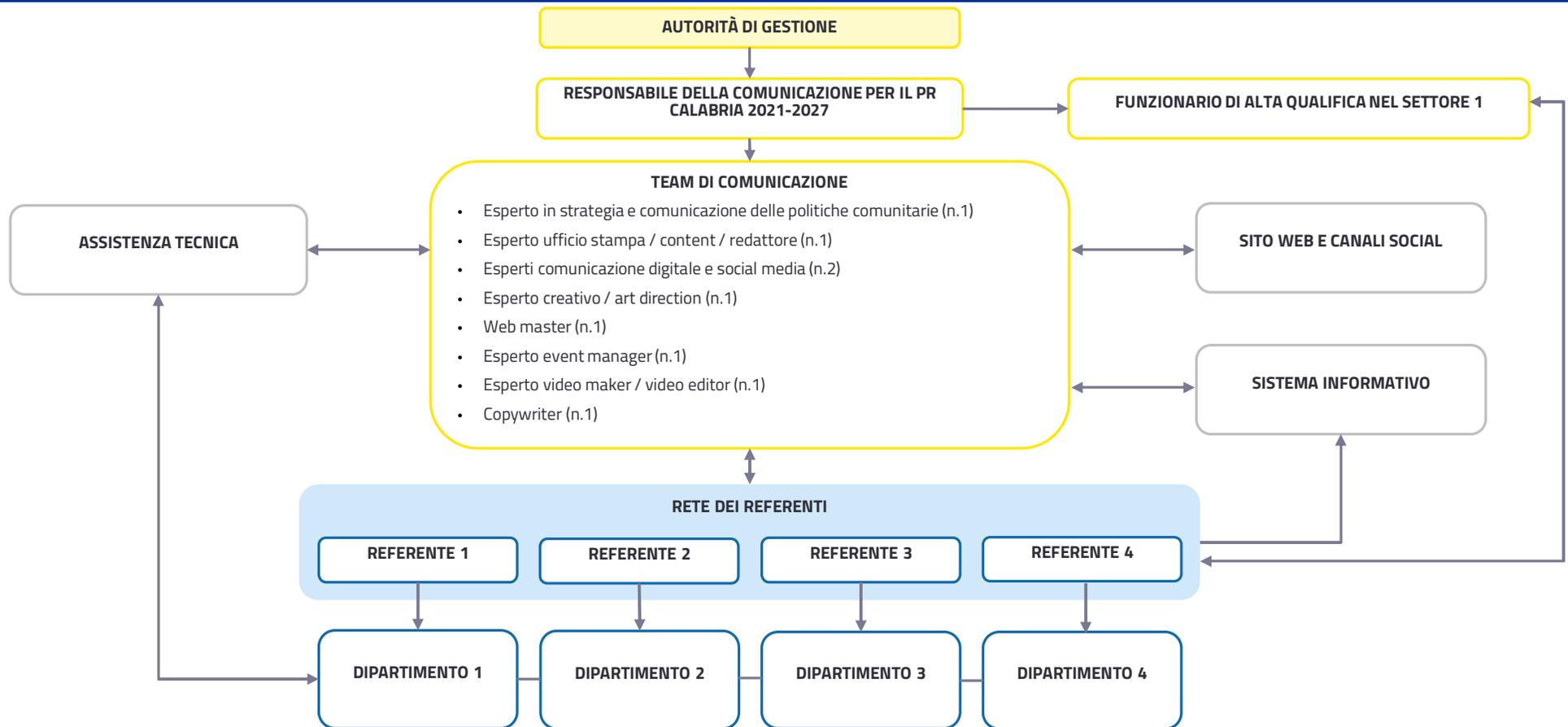
Cronoprogramma luglio-gennaio

	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							

APPENDICE

- A. Governance
- B. Team

Organizzazione



Organizzazione del team di comunicazione

COORDINAMENTO, SUPERVISIONE E VALIDAZIONE



Autorità di gestione

- ✓ Validazione piano annuale



Responsabile della comunicazione per il PR Calabria 2021-2027

- ✓ Supervisione e verifica attuazione del piano annuale
- ✓ Validazione avvisi
- ✓ Validazione contenuti social
- ✓ Validazione presenza agli eventi
- ✓ Validazione comunicati
- ✓ Validazione materiali di comunicazione



Funzionario di alta qualifica nel settore 1

- ✓ Contatto di riferimento per i referenti di comunicazione dei dipartimenti

OPERATIVITÀ



Team di comunicazione

- ✓ Perfezionamento comunicativo o revisione avvisi
- ✓ Esecuzione fasi di ricerca, raccolta informazioni, briefing
- ✓ Design contenuti grafici e video
- ✓ Creazione contenuti scritti (copy, articoli, ecc)
- ✓ Amministrazione canali social
- ✓ Analisi e reportistica social
- ✓ Community management
- ✓ Selezione eventi e strategia di comunicazione per la promozione degli eventi, definizione concept, inviti e recall, supporto operativo
- ✓ Redazione comunicati stampa e media relations



Sistema informativo

- ✓ Gestione del sistema informativo per il caricamento degli avvisi
- ✓ Pubblicazione degli avvisi e relativi allegati dopo la revisione da parte del team di comunicazione e la validazione da parte del responsabile della comunicazione.



Assistenza tecnica

- ✓ Dando supporto tecnico ai Dipartimenti, dialoga con il team di comunicazione per una corretta interpretazione dei contenuti e per la definizione delle tempistiche

Ufficio comunicazione



Flusso di comunicazione all'interno del team – Organizzazione eventi

FASE I – SELEZIONE, STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

1

STRATEGIA

- Selezione tipologia di evento da realizzare
- Pianificazione eventi sulla base del confronto tra il Responsabile della Comunicazione, il team di comunicazione e i Dipartimenti regionali, l'Assistenza Tecnica
- Strategia di Comunicazione per la promozione degli eventi

- Responsabile della comunicazione
- Funzionario di alta qualifica nel settore 1
- Rete Referenti
- Dipartimenti Regionali
- Esperto in strategia e comunicazione delle politiche comunitarie
- Esperto event manager
- Assistenza tecnica

IDEAZIONE

2

IDEAZIONE, GRAFICA, CONTENUTI

- Ideazione concept, target, obiettivi e contenuti evento
- Ideazione linea grafica evento e declinazione sui materiali di Comunicazione
- Individuazione data evento
- Definizione agenda evento

- Responsabile della comunicazione
- Esperto event manager
- Esperto creativo art director

PROGETTAZIONE

2

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

- Individuazione location
- Creazione/Gestione mailing list
- Individuazione relatori e moderatore
- Invio digital invitation e programma digitale
- Monitoraggio delle iscrizioni
- Attività di Call e Recall
- Supporto tecnico relatori, moderatori, partecipanti
- Invio informazioni per location e remind
- Individuazione e gestione fornitori

- Responsabile della comunicazione
- Esperto event manager

ONSITE

2

REGIA, SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

- Registrazione partecipanti
- Registrazione dell'incontro, assistenza tecnica, verifica e controllo, gestione regia, streaming
- Allestimento location
- Controllo e supervisione

- Responsabile della comunicazione
- Esperto event manager

Flusso di comunicazione all'interno del team – Organizzazione eventi

FOLLOW UP

2

- Monitoraggio e valutazione evento tramite la predisposizione di una survey
- Predisposizione dei materiali audio-video realizzati nel corso dell'evento per la pubblicazione sul portale web di Calabria Europa (registrazione evento, slide, ecc)
- Reportistica quantitativa (info utenti connessi e report Q&A)
- Presentazione della rassegna stampa sul singolo evento



Responsabile della comunicazione



Esperto event manager



Esperto ufficio stampa



ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PER LA PROMOZIONE DELL'EVENTO

2

- Attività di ufficio Stampa
- Comunicazione web
- Comunicazione social
- Materiali Multimediali



Responsabile della comunicazione



Esperto in strategia e comunicazione delle politiche comunitarie



Esperto event manager



Esperto ufficio stampa



Esperto comunicazione digitale e social media



Esperto creativo / art direction



Web master



Esperto video maker / video editor



Copywriter

Flusso di comunicazione all'interno del team - Organizzazione attività social

FASE I – STRATEGIA E PIANIFICAZIONE

1

- Definizione della social media strategy
- Aggiornamento Social media policy
- Ideazione e pianificazione campagne sponsorizzate sui social network
- Definizione dei temi, dei toni, degli obiettivi di Comunicazione
- Riunione mensile per report e per stabilire le priorità comunicative del mese

- Responsabile della comunicazione
- Funzionario di alta qualifica nel settore 1
- Rete Referenti
- Dipartimenti Regionali
- Esperto in strategia e comunicazione delle politiche comunitarie
- Esperto comunicazione digitale e social media
- Assistenza tecnica
- Copywriter

PROGETTAZIONE

2

- Raccolta informazioni su iniziative ed eventi, ricorrenze, festività e argomenti di rilievo
- Coordinamento per la costruzione del Piano Editoriale e del Calendario Editoriale
- Affiancamento strategico per la revisione dei contenuti e degli elementi grafici
- Progettazione campagne sponsorizzate (eventuali)

- Responsabile della comunicazione
- Esperto in strategia e comunicazione delle politiche comunitarie
- Esperto comunicazione digitale e social media
- Copywriter

SMM E ANALISI RISULTATI

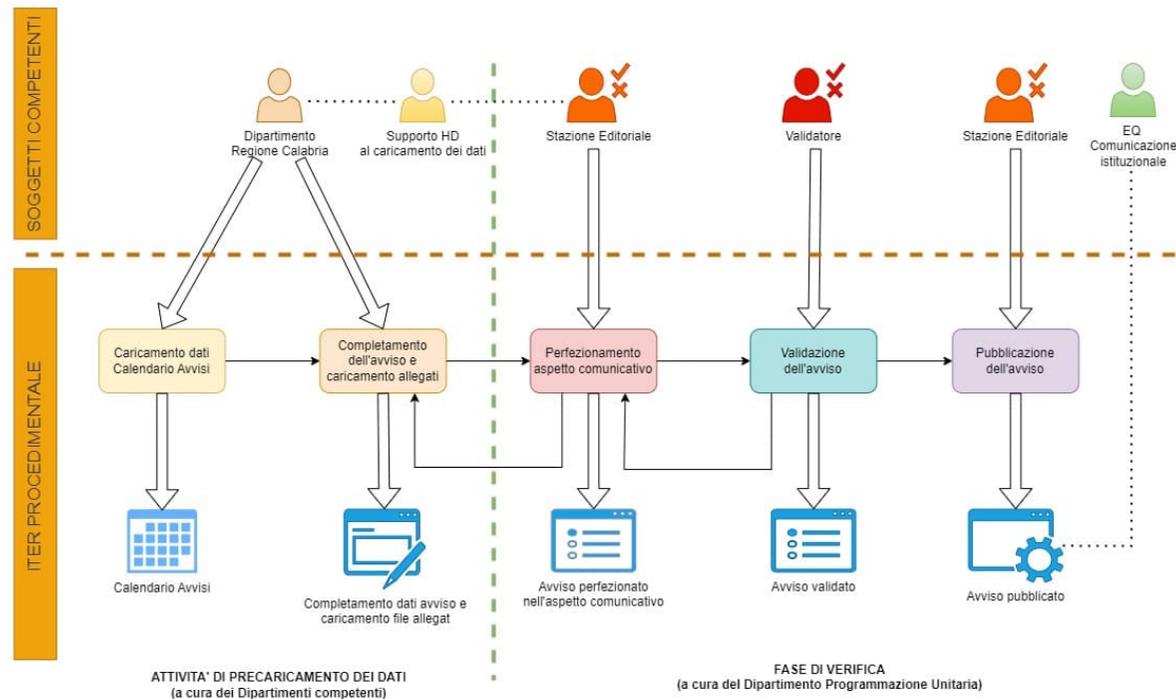
2

- Pubblicazione contenuti
- Community management
- Monitoraggio e reporting
- Confronto periodico con Exabit sui KPI stability social e eventuale riallineamento della Comunicazione social

- Responsabile della comunicazione
- Esperto comunicazione digitale e social media

Flusso per la pubblicazione degli avvisi

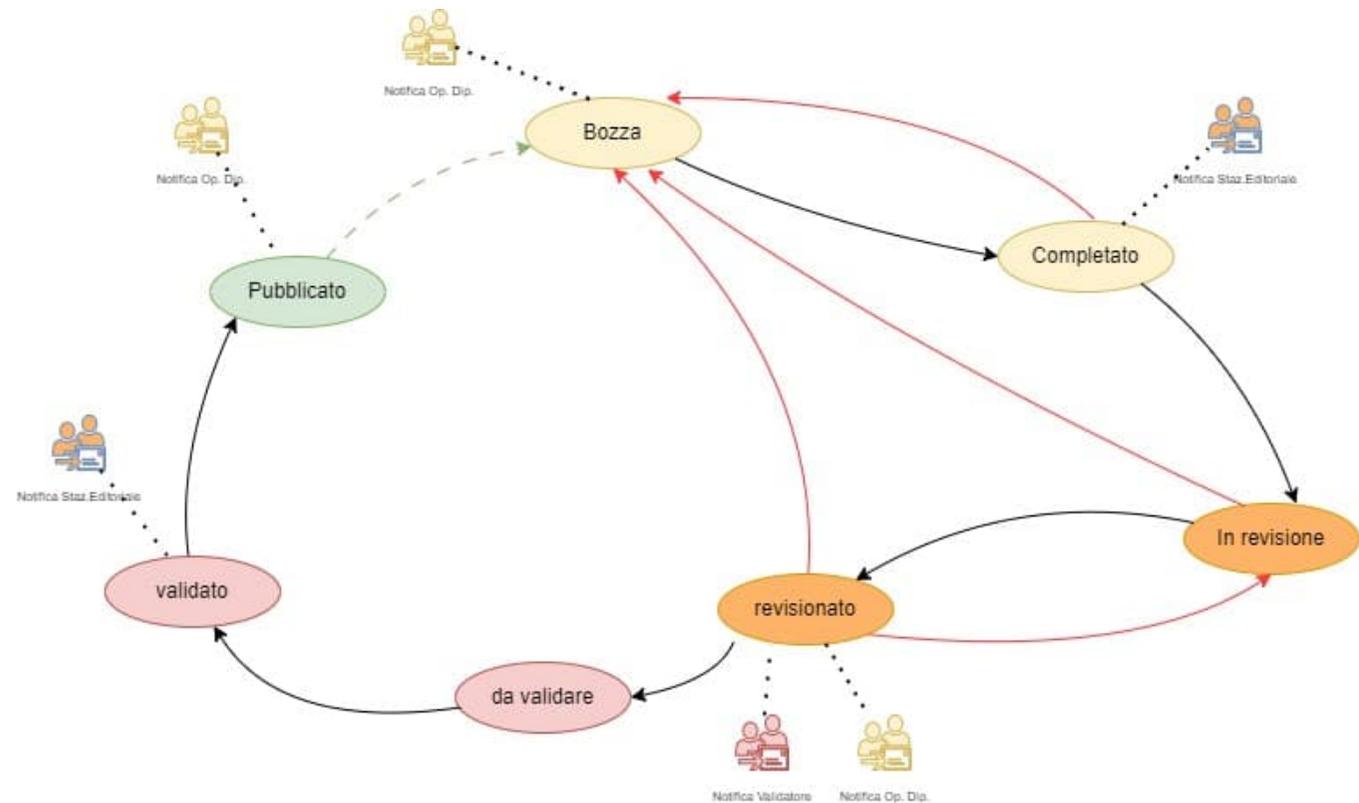
Il sistema proposto è orientato alla semplificazione e ottimizzazione del processo di completamento, perfezionamento, validazione e pubblicazione degli avvisi. I dati già inseriti e pubblicati per il calendario degli Avvisi rappresentano l'input per l'intero sistema e le diverse fasi di lavorazione.



Flusso per la pubblicazione degli avvisi

La piattaforma consentirà, ai diversi operatori, di cambiare lo stato del singolo avviso. Di seguito i diversi stati di lavorazione dell'avviso:

- Bozza
- Completato
- In revisione
- Revisionato
- Da validare
- Validato
- Pubblicato



Risorse*



Esperto in strategia e comunicazione delle politiche comunitarie (n.1)



Web master (n.1)



Esperti comunicazione digitale e social media (n.2)



Esperto ufficio stampa / content / redattore (n.1)



Esperto event manager (n.1)



Copywriter (n.1)



Esperto creativo / art direction (n.1)



Esperto video maker /video editor (n.1)

* Team base per la realizzazione delle attività inserite nel piano di comunicazione e variabile in base alle necessità del momento e alle singole azioni