

COMUNITÀ MONTANA “MONTE MAGGIORE”

Via O. Morisani, 1 - 81040 Formicola (CE) | C.F. 80011910611

PROGETTO

“Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone”

INIZIATIVA N. 7

**“Sviluppo sostenibile delle attività produttive
(zero waste production)”**

PIANO DELLA COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELL'INIZIATIVA

Documento attuativo elaborato sulla base del Capitolato Speciale di Appalto - Servizi

CUP	D66G25000150006
Ente gestore	Comunità Montana “Monte Maggiore”
Comuni pilota	Pontelatone • Rocchetta e Croce • Liberi
Periodo eleggibile	1 maggio - 30 giugno 2026

Versione predisposta sul periodo eleggibile | 1 maggio - 30 giugno 2026

Indice dei contenuti

- Nota metodologica e avvertenze operative
- Sintesi direzionale del Piano
- 1. Quadro dell’Iniziativa e funzione della comunicazione
- 2. Necessità di comunicazione e promozione desunte dal Capitolato
- 3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi
- 4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità
- 5. Target, bisogni informativi e messaggi
- 6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata
- 7. Piano social media e comunicazione digitale
- 8. Piattaforma, imprese e filiere: comunicazione di servizio
- 9. Media relations, newsletter e coinvolgimento degli stakeholder
- 10. Materiali informativi, dossier buyer/media e strumenti accessibili
- 11. Eventi promozionali e comunicazione della formazione
- 12. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo
- 13. Governance, workflow approvativo e gestione operativa
- 14. Accessibilità, privacy, diritti, sostenibilità e green claims
- 15. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento
- 16. Rischi comunicativi e misure di mitigazione
- Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato
- Allegato B - Calendario editoriale operativo
- Allegato C - Strumenti di monitoraggio e check-list di pubblicazione

Nota metodologica e avvertenze operative

Il presente Piano traduce in un programma operativo di comunicazione e promozione le prescrizioni del Capitolato dell’Iniziativa n. 7 “Sviluppo sostenibile delle attività produttive (zero waste production)”, promossa dalla Comunità Montana “Monte Maggiore” nell’ambito del progetto “Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone”.

La progettazione della comunicazione assume, su indicazione della Stazione Appaltante, il periodo eleggibile 1 maggio - 30 giugno 2026. Conseguentemente, le attività di campagna, pubblicazione, diffusione, eventi, formazione promossa e rendicontazione comunicativa sono riprogrammate in tale finestra, senza alterare il perimetro minimo degli output richiesti.

Riallineamento temporale richiesto

Il Capitolato originario riporta l’avvio al 1 febbraio 2026, la conclusione al 25 marzo 2026, un piano editoriale “feb. - mar. 2026”, un report intermedio al 28 febbraio e il collaudo al 25 marzo. Ai fini del presente Piano, tali riferimenti sono riallineati alla finestra 1 maggio - 30 giugno 2026 e dovranno essere recepiti o validati formalmente negli atti esecutivi e nei verbali di avvio.

Gli obblighi tecnici che si protraggono oltre la finestra di realizzazione della comunicazione - in particolare hosting e manutenzione tecnica della piattaforma fino al 31 dicembre 2028 e SLA fino al 31 dicembre 2026 - sono richiamati solo quando incidono sulla comunicazione di servizio e restano soggetti alle determinazioni contrattuali dell’Ente.

Sintesi direzionale del Piano

L’Iniziativa punta a rendere più visibili, competitive e sostenibili le filiere produttive locali del Monte Maggiore attraverso una piattaforma digitale dedicata, accompagnamento alle microimprese, attività formative, eventi promozionali e un Piano di Sostenibilità 2026-2031. La comunicazione non è un’attività accessoria: collega imprese, prodotti, cittadini, buyer, associazioni e istituzioni, trasformando output tecnici in opportunità comprensibili e utilizzabili.

Elemento	Impostazione del Piano
Finalità comunicativa	Rendere riconoscibile il sistema delle filiere locali, accompagnare l’adesione delle imprese, promuovere prodotti tipici ed evidenziare pratiche sostenibili documentabili.
Output minimi da presidiare	Almeno 12 contenuti social, 2 newsletter, 500 brochure, 500 mappe/infografiche, 3 roll-up, 1 video divulgativo, materiali dell’evento e della formazione.

Elemento	Impostazione del Piano
Asset abilitanti	Portale responsive e multilingua, directory di almeno 40 imprese, almeno 60 schede prodotto, mappa interattiva, calendario eventi, analytics, 80 foto e 2 clip brevi.
Persone e territorio	Microimprese, associazioni, giovani, cittadini, media, operatori commerciali e visitatori; comuni pilota: Pontelatone, Rocchetta e Croce, Liberi.
Approccio	Campagna integrata e accessibile, con messaggi verificabili, materiali a basso impatto, conformità visiva PNRR/UE, misurazione e archivio evidenze.

1. Quadro dell’Iniziativa e funzione della comunicazione

L’Iniziativa n. 7 rientra nel progetto “Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone”, attuato dalla Comunità Montana “Monte Maggiore”. Essa integra sviluppo digitale, accompagnamento delle microimprese, valorizzazione dei prodotti tipici, formazione su marketing digitale e green economy, nonché pianificazione della sostenibilità futura.

La comunicazione deve rendere leggibili e partecipabili sei componenti operative: la piattaforma di promozione delle filiere; il supporto alle imprese; gli eventi promozionali; la formazione e il racconto territoriale; il Piano di Sostenibilità; il coordinamento e la rendicontazione. Il pubblico deve poter comprendere cosa viene realizzato, come aderire o partecipare e quali risultati rimarranno disponibili oltre la fase progettuale.

1.1 Principi guida

- Identità di filiera: i prodotti vengono comunicati come espressione di imprese, luoghi, stagionalità e relazioni territoriali.
- Utilità per le imprese: ogni contenuto deve orientare verso strumenti concreti, opportunità di visibilità, formazione e contatto.
- Accessibilità: linguaggio chiaro, documenti accessibili, visual leggibili e canali digitali accompagnati da materiali fisici.
- Trasparenza: informazioni, risultati e indicatori sono pubblicati soltanto dopo verifica e validazione dell’Ente.
- Sostenibilità dimostrabile: si comunicano pratiche, caratteristiche e requisiti verificabili, evitando green claim generici o non supportati.

2. Necessità di comunicazione e promozione desunte dal Capitolato

Le necessità riportate nella tabella seguente costituiscono il perimetro minimo che il Piano deve assicurare. Sono integrate con la comunicazione social, già espressamente prevista dal Capitolato, e con azioni digitali necessarie a valorizzare portale, imprese, prodotti, formazione ed eventi.

Ambito	Necessità derivante dal Capitolato	Risposta operativa di comunicazione
Linea 1 - Portale e contenuti digitali	Rendere noto il portale; favorire il popolamento della directory; comunicare mappa, schede prodotto, calendario e funzionalità; valorizzare 80 foto e 2 clip video.	Lancio portale; onboarding imprese; contenuti “scopri la filiera”; call all’utilizzo; analytics e report.
Linea 2 - Imprese	Promuovere audit, sportello di accompagnamento e mentoring; rendere comprensibili temi quali branding, packaging, logistica, canali digitali e green claims.	Inviti dedicati; testimonianze autorizzate; schede opportunità; contenuti pratici.
Linea 3 - Eventi promozionali	Promuovere prodotti tipici in momenti B2B/B2C; coinvolgere imprese, visitatori e interlocutori commerciali; distribuire dossier prodotti.	Campagna pre-evento; copertura; follow-up; dossier buyer/media; lead/feedback.
Linea 4 - Comunicazione territoriale	Garantire piano editoriale con almeno 12 contenuti social e 2 newsletter; 500 brochure; 500 mappe/infografiche; 3 roll-up; video divulgativo breve.	Calendario Allegato B; materiali coordinati; video e newsletter; registro diffusione.
Linea 4 - Formazione	Promuovere 3 moduli per imprese, associazioni e giovani; raggiungere almeno 45 partecipanti; favorire la conoscenza dei contenuti.	Call di iscrizione; reminder; materiali; restituzione dei risultati e survey.
Linea 5 - Piano di Sostenibilità	Raccontare la continuità post-progetto e i criteri di aggiornamento delle azioni senza anticipare contenuti non approvati.	Contenuto conclusivo e materiali di restituzione dopo validazione.

Ambito	Necessità derivante dal Capitolato	Risposta operativa di comunicazione
Linea 6 - Coordinamento/Rendicontazione	Organizzare le evidenze delle attività, comunicazioni, eventi e asset, in modo utile anche al caricamento su REGIS.	Fascicolo evidenze, screenshot, registri, verbali, rassegna e KPI.

2.1 Esigenze che richiedono validazione preventiva

La comunicazione dovrà essere preceduta dalla validazione della Stazione Appaltante per informazioni suscettibili di variazione o di rilievo amministrativo: data di rilascio del portale, denominazione e recapiti delle imprese aderenti, quantità e caratteristiche dei prodotti pubblicati, programma degli eventi, calendario formativo, dati KPI e riferimenti di finanziamento.

Numero degli eventi da confermare

Il Capitolato indica, tra gli output della Linea 3, un evento promozionale; il cronoprogramma e il SAL 4 richiamano invece un “2° evento”. In via prudenziale il Piano programma due momenti pubblici/promozionali, ferma la conferma formale della Stazione Appaltante.

3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi

Obiettivo	Risultato atteso	Evidenze / indicatori
O1 - Riconoscibilità istituzionale	Far conoscere l’Iniziativa e il suo finanziamento, identificando correttamente Ente, progetto, CUP e finalità.	Asset approvati con loghi/diciture; copertura iniziale; coerenza grafica.
O2 - Attivazione delle imprese	Favorire adesione, popolamento del portale e partecipazione ad audit, sportello e mentoring.	Imprese raggiunte e operative; schede pubblicate; adesioni e contatti.
O3 - Promozione delle filiere	Valorizzare prodotti tipici, stagionalità, punti di acquisto/de gustazione e narrazione territoriale.	Schede prodotto visualizzate; interazioni; richieste informative; partecipazione eventi.
O4 - Formazione e cultura green	Portare imprese, associazioni e giovani verso moduli formativi su digitale, storytelling e sostenibilità.	Iscrizioni, presenze, completamento moduli, survey.
O5 - Fiducia e trasparenza	Comunicare pratiche sostenibili e risultati con affermazioni circostanziate e verificabili.	Registro claim/fonti; nessuna contestazione; materiali validati.
O6 - Continuità	Rendere il portale, i materiali e il Piano di Sostenibilità riconoscibili come strumenti riusabili.	Consegna master; contenuti finali; indicazioni post-progetto.

4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità

Il sistema visivo deve identificare in modo inequivocabile la Comunità Montana “Monte Maggiore” quale Ente gestore e distinguere l’Iniziativa da interventi riferiti ad altri territori o amministrazioni. Il frontespizio del Capitolato riporta il logo istituzionale dell’Ente e i riferimenti al finanziamento dell’Unione europea - NextGenerationEU e al DARA: tale impostazione costituisce il riferimento da preservare nei materiali pubblici, secondo le linee guida vigenti e le approvazioni dell’Ente.

Componente	Presidio operativo
Firma istituzionale	Comunità Montana “Monte Maggiore”; progetto; Iniziativa n. 7; CUP ove previsto dall’asset o dalla comunicazione istituzionale.
Denominazione divulgativa	“Filiere locali, imprese sostenibili, prodotti del Monte Maggiore” come messaggio di campagna subordinato ad approvazione.
Tono e linguaggio	Autentico, concreto, accessibile; focalizzato su imprese, prodotti e pratiche; privo di promesse ambientali indefinite.

Componente	Presidio operativo
Palette e visual	Verde istituzionale e toni naturali; fotografie originali di prodotti, persone/attività solo con diritti e liberatorie, luoghi e processi produttivi.
Sistema loghi	Loghi e diciture PNRR/UE/DARA inseriti nel master grafico approvato; area protetta; nessuna alterazione o sovrapposizione.
Formati	Template per social, newsletter, brochure, mappe/infografiche, roll-up, dossier buyer/media, slide formative e schede evento.

4.1 Regole di coerenza grafica

- Predisporre un master unico per tutti gli output e una cartella contenente loghi autorizzati, font, colori, disclaimer e criteri di utilizzo.
- Mantenere leggibilità anche su smartphone e nei supporti stampati: testi essenziali, gerarchie chiare, contrasto adeguato e QR code solo se verificati.
- Utilizzare i roll-up per messaggi durevoli e riutilizzabili, evitando calendari o dati che ne renderebbero immediato l'invecchiamento.
- Archiviare sempre la versione approvata, il file sorgente, il PDF/esecutivo pubblicato e la prova di diffusione.

5. Target, bisogni informativi e messaggi

Target	Bisogno informativo	Messaggio guida
Microimprese e produttori locali	Comprendere benefici, modalità di adesione, portale, audit, mentoring, eventi e formazione.	La filiera digitale valorizza prodotti e pratiche; partecipa, aggiorna la tua scheda, costruisci opportunità.
Associazioni di categoria e reti locali	Rilanciare opportunità, facilitare partecipazione e collaborazione fra imprese.	La rete territoriale rafforza la visibilità e l'innovazione sostenibile delle produzioni.
Buyer, operatori commerciali, ristorazione	Reperire informazioni affidabili su prodotti, imprese, filiere e contatti.	Scopri produzioni locali riconoscibili, raccontate e facilmente contattabili.
Cittadini e visitatori	Conoscere prodotti tipici, eventi, punti di degustazione/acquisto e legame col territorio.	Scegliere locale significa conoscere persone, luoghi e stagionalità.
Giovani e potenziali partecipanti	Accedere alla formazione e riconoscere opportunità digitali/green.	Le competenze digitali e sostenibili costruiscono nuove opportunità nelle filiere locali.
Media e istituzioni	Disporre di informazioni verificate, immagini autorizzate e dati di risultato.	Un intervento pubblico misurabile al servizio di imprese, prodotti e territorio.

6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata

La campagna utilizza un modello integrato: i canali istituzionali garantiscono autorevolezza; il portale rende disponibili contenuti e strumenti; i social generano attenzione e traffico; newsletter e media relations raggiungono destinatari qualificati; materiali ed eventi permettono contatto diretto e partecipazione.

Canale	Ruolo	Misurazione
Portale/piattaforma filiere locali	Canale di destinazione e servizio: directory imprese, schede prodotto, mappa, news, calendario eventi e materiali.	Visite, schede consultate, azioni/contatti, analytics.
Sito/canali istituzionali dell'Ente	Comunicazioni ufficiali, avvisi, notizie, documenti, rimandi al portale e rendicontazione dei risultati.	Pubblicazioni e accessi disponibili.
Facebook / Instagram o canali social approvati	Awareness, storytelling di prodotto, inviti, reminder, risultati, brevi video e infografiche.	Post, reach/interazioni, click ove disponibili.

Canale	Ruolo	Misurazione
Newsletter	Informazione ragionata verso imprese, stakeholder, media e soggetti interessati.	Invii, aperture/click ove disponibili, risposte.
Media locali e di settore	Comunicati, dossier, materiali visivi e rilancio degli eventi/prodotti.	Uscite/rassegna, richieste, citazioni.
Eventi e formazione	Esperienza diretta, networking, degustazione, confronto e acquisizione feedback.	Registri, lead, questionari, fotografie autorizzate.
Materiali fisici	Brochure, mappe/infografiche, roll-up e dossier buyer/media presso eventi e punti strategici.	Verbali quantità e distribuzione.

Presupposto operativo

L'apertura di profili social dedicati o l'attivazione di campagne sponsorizzate non costituisce presupposto automatico del Piano: si utilizzeranno i canali dell'Ente e gli eventuali canali partner formalmente autorizzati, salvo diversa decisione della Stazione Appaltante.

7. Piano social media e comunicazione digitale

Il Capitolato prescrive almeno 12 contenuti social complessivi e 2 newsletter. Per garantire continuità lungo l'intero periodo eleggibile, il presente Piano propone 18 contenuti social, due newsletter e una sequenza coordinata di attività media, video, eventi e formazione, puntualmente dettagliata nell'Allegato B.

Pilastro editoriale	Contenuti	Call to action
P1 - Iniziativa e territorio	Ente, finanziamento, finalità, comuni pilota, filiere e opportunità.	Conoscere e riconoscere il progetto.
P2 - Imprese e prodotti	Profili d'impresa, schede prodotto, stagionalità, punti di valore e filiere.	Scoprire, visitare la piattaforma, contattare.
P3 - Digitale e servizi	Portale, directory, mappa, calendario, audit, sportello e mentoring.	Aderire e usare gli strumenti.
P4 - Sostenibilità concreta	Riduzione scarti, packaging, logistica, misurazione, green claims verificabili.	Imparare e migliorare.
P5 - Eventi e formazione	Inviti, reminder, momenti B2B/B2C, moduli formativi, feedback.	Partecipare e iscriversi.
P6 - Risultati e continuità	Output, KPI validati, materiali disponibili e Piano di Sostenibilità.	Condividere risultati e proseguire.

7.1 Regole operative per il publishing

- Ogni contenuto deve essere ricondotto all'identità approvata dell'Ente, dell'Iniziativa e del finanziamento, secondo la tipologia di asset.
- I dati su imprese, prodotti, disponibilità, certificazioni, caratteristiche ambientali e risultati devono essere pubblicati soltanto dopo controllo della fonte e autorizzazione, ove richiesta.
- I contenuti audiovisivi devono utilizzare riprese e fotografie originali o regolarmente autorizzate; le persone riconoscibili saranno pubblicate solo con liberatoria adeguata.
- I post di invito devono indicare informazioni pratiche confermate: data, sede, modalità di partecipazione, accessibilità e recapiti ufficiali.
- Le metriche disponibili saranno raccolte in dashboard settimanale e utilizzate per ottimizzare frequenza, temi e formati della campagna.

8. Piattaforma, imprese e filiere: comunicazione di servizio

La piattaforma digitale è l'asset centrale dell'Iniziativa: non deve essere presentata soltanto come vetrina, ma come servizio utile alle imprese e al pubblico. La comunicazione accompagna le fasi di adesione, caricamento contenuti, lancio pubblico, utilizzo, aggiornamento e valorizzazione dei risultati.

Fase	Informazioni da comunicare	Asset / presidi
Pre-lancio / adesione	Finalità, vantaggi per le imprese, requisiti informativi, modalità di candidatura o contatto, tutela dati e diritti immagini.	Scheda adesione; call per imprese; incontri informativi.
Popolamento directory	Profilo aziendale, contatti, geolocalizzazione, descrizione e immagini autorizzate.	Template scheda; checklist qualità; verifica dati.
Schede prodotto	Foto, descrizione, filiera, stagionalità e informazioni validate; indicazioni sostenibili solo documentabili.	Scheda prodotto; editing; processo approvazione.
Go-live portale	Annuncio della messa online, tutorial rapido e percorsi di esplorazione per imprese e visitatori.	News, social, newsletter, video tutorial breve.
Mappa e calendario	Informazione su produttori, punti vendita/de gustazione ed eventi programmati.	Post di servizio; link alla mappa; calendario aggiornato.
Analytics e risultati	Dati aggregati su visite e contenuti consultati, subordinati a validazione e privacy.	Infografica risultati; report finale.

8.1 Storytelling delle imprese e dei prodotti

Lo storytelling dovrà bilanciare identità locale e attendibilità: raccontare lavorazioni, persone, luoghi e stagionalità senza sostituirsi alle informazioni tecniche o alle evidenze relative a certificazioni e impatti. Per ciascuna impresa o prodotto valorizzato in campagna sarà predisposta una scheda fonte contenente i dati autorizzati, i crediti fotografici e l'eventuale base documentale delle affermazioni ambientali.

Angolo narrativo	Contenuto	Requisito di affidabilità
Origine e territorio	Luogo, storia aziendale, legame con il paesaggio e la comunità.	Fonte aziendale validata e immagini autorizzate.
Prodotto e stagionalità	Caratteristiche, processi, stagioni, occasioni di consumo/uso.	Scheda prodotto approvata.
Innovazione sostenibile	Azioni specifiche: riduzione scarti, materiali, riuso, logistica, misurazione.	Evidenza o dichiarazione tecnica verificabile.
Incontro e acquisto	Contatti e opportunità offerte dal portale o dall'evento.	Link/recapiti autorizzati.

9. Media relations, newsletter e coinvolgimento degli stakeholder

La relazione con media e stakeholder sostiene il lancio e la credibilità dell'Iniziativa, con particolare attenzione alle imprese, alle associazioni di categoria, alle reti territoriali, agli operatori economici e ai soggetti che possono amplificare l'informazione in modo coerente.

Componente media kit	Contenuto minimo
Comunicato di lancio	Ente, progetto, Iniziativa, finanziamento, periodo, obiettivi, comuni pilota, call alle imprese e calendario iniziale.
Factsheet	Sintesi dell'Iniziativa, strumenti, output minimi, target, modalità di partecipazione e contatti istituzionali.
Dossier prodotti per buyer/media	Schede sintetiche di imprese/prodotti autorizzati, fotogallery riutilizzabile e riferimenti al portale.

Componente media kit	Contenuto minimo
Kit visual autorizzato	Logo/visual, fotografie e clip con crediti e diritti verificati, regole di utilizzo e denominazioni corrette.
Scheda risultati	Output realizzati, numeri validati, continuità degli strumenti e riferimenti ai materiali disponibili.

Invio	Data indicativa	Contenuti
Newsletter n. 1 - Avvio e opportunità	8 maggio 2026	Presentazione iniziativa; invito alle imprese; portale in costruzione; calendario formazione/eventi; modalità per ricevere informazioni.
Newsletter n. 2 - Filiera, risultati e continuità	22 giugno 2026	Piattaforma e prodotti disponibili; attività svolte; risultati validati; materiali; prospettive e Piano di Sostenibilità.

10. Materiali informativi, dossier buyer/media e strumenti accessibili

Materiale	Quantità minima	Contenuto essenziale	Criteri
Brochure di progetto	500 copie	Iniziativa, strumenti offerti alle imprese, piattaforma, eventi/formazione, contatti, finanziamento.	Carta riciclata/certificata; versione PDF accessibile; distribuzione tracciata.
Mappe/infografiche di filiera	500 copie	Territorio, imprese/prodotti o processo filiera digitale; dati soltanto validati.	Visual ad alto contrasto; formato digitale; aggiornabilità.
Roll-up riutilizzabili	3 unità	Identità dell'Iniziativa, messaggio durevole, finanziamento e QR/link verificato.	Materiali riutilizzabili; niente dati temporanei.
Dossier buyer/media	1 pacchetto	Schede prodotti/aziende, fotogallery e presentazione del portale.	Diritti immagini; formato digitale e stampa selettiva.
Video divulgativo	1 video ≤ 90"	Valori delle filiere locali, prodotti, sostenibilità e opportunità digitali.	Sottotitoli; diritti; versioni social/web.
Clip piattaforma/territorio	2 clip ≤ 60"	Imprese, prodotti e portale; riuso nella campagna social.	Formato verticale/orizzontale secondo canali; sorgenti consegnati.

10.1 Distribuzione proposta

Luogo/rete	Materiali	Evidenza
Eventi pubblici/promozionali	Brochure, mappe/infografiche, dossier selezionati, roll-up.	Registro quantità e foto allestimento.
Comuni pilota e sedi dell'Ente	Brochure e infografiche in punti informativi concordati.	Verbale di consegna.
Imprese aderenti	Materiale digitale e, ove utile, cartaceo per rilancio e contatto.	Elenco destinatari/consegne.
Media e stakeholder	Factsheet, dossier digitale e immagini autorizzate.	Registro invii/rassegna.

11. Eventi promozionali e comunicazione della formazione

L'evento costituisce il luogo in cui racconto digitale e relazione diretta si incontrano. In considerazione dei richiami del cronoprogramma e dei SAL a un primo e a un secondo evento, il Piano prevede due appuntamenti principali, da validare con l'Ente, insieme alla promozione dei tre moduli formativi minimi.

Iniziativa	Data/sede proposta	Funzione	Target	Evidenze
Evento 1 - Filiere locali in rete: lancio e networking	22 maggio 2026 - Pontelatone	Presentazione iniziativa e portale; incontro fra imprese e pubblico; degustazione/valorizzazione prodotti ove autorizzata; raccolta contatti e feedback.	Imprese, associazioni, cittadini, operatori economici, media.	Programma, registri, foto autorizzate, feedback e report.
Evento 2 - Prodotti, digitale e sostenibilità: risultati e opportunità	19 giugno 2026 - Liberi o Rocchetta e Croce	Restituzione dei risultati; presentazione directory/schede; networking B2B/B2C; valorizzazione della continuità e del Piano di Sostenibilità.	Imprese, buyer/operatori, giovani, istituzioni, media.	Registri, dossier, lead, questionari e rassegna.

Modulo promosso	Data proposta	Destinatari	Presidi comunicativi
Modulo 1 - Marketing digitale e presenza online	15 maggio 2026	Imprese, associazioni, giovani	Invito, iscrizioni, materiali, presenze, feedback.
Modulo 2 - Storytelling di prodotto e filiera	5 giugno 2026	Imprese, giovani, operatori	Invito, reminder, materiali, presenze, feedback.
Modulo 3 - Sostenibilità e green claims	12 giugno 2026	Imprese e stakeholder	Invito, presentazione, registro, survey e sintesi.

Requisiti di sicurezza e privacy negli eventi

La comunicazione degli appuntamenti dovrà indicare soltanto informazioni validate. Registrazione presenze, raccolta contatti, immagini, feedback e attività di mailing saranno gestiti con informative adeguate, minimizzazione dei dati e liberatorie ove necessarie.

12. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo

La campagna è organizzata in cinque fasi, tutte comprese nel periodo eleggibile 1 maggio - 30 giugno 2026. La sequenza mantiene continuità fra coinvolgimento delle imprese, valorizzazione del portale, formazione, eventi e comunicazione dei risultati.

Periodo	Fase	Attività di comunicazione	Output
1-8 maggio	Impostazione e lancio	Validazione identità e media kit; lancio dell'Iniziativa; call imprese; newsletter n. 1; apertura raccolta adesioni/interesse.	Visual approvati, media kit, prime pubblicazioni, newsletter.
11-22 maggio	Imprese e primo evento	Storytelling dei territori; promozione formazione; presentazione portale; modulo 1; invito e realizzazione evento di lancio/networking.	Materiali diffusi, formazione avviata, evento 1, evidenze.
25 maggio-5 giugno	Portale e filiere	Comunicazione directory e schede; promozione di prodotti/filiera; distribuzione materiali; modulo 2; report intermedio.	Go-live/aggiornamenti validati, report KPI parziali.
8-19 giugno	Sostenibilità e risultati	Contenuti green claims; modulo 3; video/clip; invito e realizzazione evento conclusivo/networking.	Formazione completata, contenuti video, evento 2.
22-26 giugno	Restituzione e chiusura	Newsletter n. 2; infografica risultati validati; comunicazione del Piano di Sostenibilità; fascicolo evidenze e report finale.	Asset finali, dashboard KPI, archivio e contributo alla rendicontazione.

Milestone temporali da formalizzare

La programmazione sopra riportata sostituisce, ai fini attuativi del Piano della Comunicazione, i riferimenti del Capitolato a febbraio-marzo 2026. Eventuali date definitive di eventi, rilasci del portale e formazione saranno validate dal RUP/DEC e riportate nella versione esecutiva del calendario.

13. Governance, workflow approvativo e gestione operativa

Soggetto	Responsabilità nel processo di comunicazione
Stazione Appaltante / RUP-DEC	Indirizzo generale; validazione piano, messaggi, master grafici, dati, eventi e report; verifica conformità e KPI.
Affidatario - coordinamento comunicazione	Pianificazione, produzione contenuti e materiali, gestione calendario, raccordo con linee tecniche, raccolta evidenze e reporting.
Referenti Comuni pilota	Conferma delle informazioni locali; facilitazione del contatto con imprese e stakeholder; eventuale rilancio dei contenuti approvati.
Referenti imprese / filiere	Fornitura e validazione di dati, immagini, descrizioni e informazioni sui prodotti; autorizzazioni e disponibilità a eventi/interviste.
Referenti portale / tecnici	Validazione di URL, funzioni attive, dati analytics, schede e modalità di accesso/aggiornamento.
Responsabile privacy / referente designato	Indicazioni su informative, liberatorie, registri, mailing, analytics, diritti e gestione dati personali.

Fase	Attività	Responsabile principale
1. Raccolta input	Dati verificati su imprese, prodotti, portale, eventi, formazione e risultati.	Affidatario + referenti tecnici/imprese/Comuni
2. Produzione bozza	Copy, visual, materiali, controllo loghi, diritti e fonti dei claim.	Affidatario
3. Verifica tecnica	Accuratezza, privacy, accessibilità, PNRR/UE, comunicazione ambientale.	RUP/DEC e referenti designati
4. Approvazione	Autorizzazione tracciata del contenuto/asset e della distribuzione.	Stazione Appaltante
5. Pubblicazione/distribuzione	Uscita digitale, invio, evento o consegna materiali.	Affidatario/canali autorizzati
6. Evidenza e misurazione	Screenshot, URL, insight, registri, verbali, feedback e rassegna.	Affidatario

14. Accessibilità, privacy, diritti, sostenibilità e green claims

Ambito	Presidio operativo
Accessibilità digitale	Documenti PDF accessibili; gerarchia dei titoli; contrasto adeguato; font leggibili; testi alternativi per immagini essenziali; sottotitoli del video; lingua chiara.
Inclusione	Comunicazione non discriminatoria; outreach verso giovani e donne; target partecipazione pubblica ≥30% donne/giovani; attenzione alla fruizione offline.
Privacy e mailing	Informative per registrazioni, survey e newsletter; minimizzazione dei dati; consensi tracciati; nomina ex art. 28 GDPR ove prevista.
Diritti su immagini e contenuti	Liberatorie per persone identificabili; autorizzazioni di imprese/produttori; crediti; consegna degli asset e dei sorgenti all’Ente.
Sostenibilità materiali	Carta riciclata/certificata; allestimenti riutilizzabili; stampa e logistica ottimizzate; gadget plastic-free ove utilizzati.
Green claims	Affermazioni ambientali specifiche, documentate e approvate; distinzione fra obiettivi, requisiti di fornitura e risultati effettivamente misurati.
Sicurezza eventi	Verifica sedi, gestione flussi e indicazioni di accessibilità/sicurezza; eventuali prescrizioni DUVRI qualora emergano interferenze.

14.1 Regola sui messaggi ambientali

Formulazioni come “sostenibile”, “green”, “zero waste” o “a basso impatto” dovranno essere utilizzate in modo contestualizzato. Il nome dell’Iniziativa potrà essere riportato come denominazione ufficiale; eventuali affermazioni riferite a singole imprese, materiali, processi o risultati dovranno indicare la base informativa disponibile o essere formulate come percorso/obiettivo, non come prestazione già dimostrata.

15. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento

Indicatore	Target	Fonte di verifica	Frequenza
Contenuti social	≥ 12 contenuti complessivi; piano operativo: 18	Registro pubblicazioni, copy/visual finali, URL/screenshot, insight.	Settimanale
Newsletter	2 invii	Versioni finali, prova invio, lista/criteri destinatari, metriche disponibili.	A ciascun invio
Video comunicazione	1 video divulgativo ≤90”; coordinato con 2 clip ≤60” della piattaforma	File finali/sorgenti, approvazione, URL/screenshot, diritti.	Consegna/uscita
Brochure	500 copie	Esecutivi, specifiche materiali, verbale consegna e distribuzione.	Al completamento
Mappe/infografiche	500 copie	Esecutivi, verbale consegna/distribuzione, versione digitale.	Al completamento
Roll-up	3 riutilizzabili	Verbale consegna, foto allestimento.	Alla consegna/eventi
Portale	Directory ≥40 imprese; schede prodotto ≥60; mappa e analytics attivi	Dashboard/estrazioni, verifica pagine, verbale tecnico.	Intermedio/finale
Materiali visual portale	≥80 foto editate; 2 clip video	Archivio asset, diritti, caricamento/uso in campagna.	Finale
Eventi promozionali	Output minimo del Capitolo e programmazione cautelativa di 2 eventi; ≥25 imprese e ≥150 visitatori complessivi	Programmi, registri, fotografie, contatti/feedback e report.	Per evento/finale
Formazione	3 moduli; ≥45 partecipanti; ≥80% soddisfatti	Registri, materiali, survey e report.	Per modulo/finale
Inclusione	≥30% donne/giovani nei percorsi pubblici	Rilevazione aggregata secondo privacy.	Per attività/finale
Conformità e claim	100% asset approvati e claim verificati	Check-list e registro fonti/approvazioni.	Prima dell’uscita

Documento	Scadenza operativa	Contenuti
Dashboard interna	Aggiornamento settimanale dal 1 maggio	Stato pubblicazioni, materiali, portale, eventi, formazione, approvazioni, rischi, metriche e scostamenti.
Report intermedio comunicazione	29 maggio 2026	Prime uscite, newsletter n. 1, adesione imprese, evento 1, stato materiali/portale e KPI parziali.
Contributo al report finale	Entro 30 giugno 2026	Asset conclusi, KPI raggiunti, evidenze, rassegna, feedback, criticità, raccomandazioni e archivio per rendicontazione.

16. Rischi comunicativi e misure di mitigazione

Rischio	Livello	Effetto	Mitigazione
Disallineamento date Capitolo/periodo eleggibile	Alto	Attività o documentazione non coerenti con la finestra finanziabile.	Formalizzare cronoprogramma 1 maggio-30 giugno e riallineare tutti gli output comunicativi.

Rischio	Livello	Effetto	Mitigazione
Confusione con iniziative di altro Ente	Alto	Utilizzo improprio di denominazioni/loghi non riferiti alla Comunità Montana “Monte Maggiore”.	Master dedicato; check-list identità; approvazione preliminare dell’Ente.
Numero eventi non univoco	Medio-alto	Promessa pubblica non aderente all’obbligo contrattuale definitivamente validato.	Validare il numero degli eventi; programmare due momenti in via prudenziale; asset modulari.
Ritardo del portale o del caricamento schede	Alto	Campagna senza destinazione digitale affidabile o contenuti incompleti.	Piano editoriale a fasi; landing/news istituzionale temporanea; pubblicare solo funzioni attive.
Dati prodotto/impresa non verificati	Alto	Errori reputazionali o contestazioni.	Scheda fonte; approvazione azienda; controllo prima della pubblicazione.
Green claim non dimostrabile	Medio-alto	Messaggi ingannevoli o non conformi.	Registro claim/fonti; formulazioni specifiche; revisione tecnica.
Scarsa partecipazione a eventi/formazione	Medio	Mancato raggiungimento di KPI e scarso impatto.	Coinvolgimento reti locali; reminder; contatto diretto; calendario accessibile.
Privacy e diritti immagini	Medio	Asset non utilizzabili o trattamento improprio.	Informative, liberatorie e archivio autorizzazioni; alternative visual senza persone.
Ritardo approvazioni	Medio	Interruzione del calendario e perdita di opportunità promozionali.	Workflow settimanale; referente unico; contenuti evergreen pronti.

Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato

La matrice mette in relazione i principali requisiti minimi riferibili alla comunicazione, promozione e disseminazione con le soluzioni operative previste dal presente Piano. La colonna “Esito” assume valore definitivo soltanto a seguito dell’approvazione della Stazione Appaltante e della realizzazione verificata.

Requisito	Minimo previsto	Attuazione nel Piano	Esito
Piano editoriale social	≥12 contenuti complessivi	Sez. 7 e Allegato B: 18 contenuti social programmati e fascicolo evidenze.	Conforme / da approvare
Newsletter	2 newsletter	Invio n. 1 l’8 maggio; invio n. 2 il 22 giugno.	Conforme / da approvare
Brochure	500 copie	Brochure di iniziativa con distribuzione tracciata e versione accessibile.	Conforme
Mappe/infografiche	500 copie	Infografiche di filiera/territorio e materiali digitali riutilizzabili.	Conforme
Roll-up riutilizzabili	3 unità	Asset istituzionali durevoli per eventi e punti informativi.	Conforme
Video divulgativo	1 video ≤90”	Video narrativo coordinato con campagne e portale; sottotitoli e diritti.	Conforme
Contenuti multimediali piattaforma	≥80 foto editate + 2 clip ≤60”	Contenuti integrati nello storytelling e nel calendario digitale.	Conforme / da produrre
Portale di filiera	Directory ≥40 imprese; schede prodotto ≥60; mappa, calendario, analytics	Azioni di lancio, onboarding e promozione del portale nella campagna.	Conforme / dipende da Linea 1
Eventi promozionali	1 evento minimo; richiami a 2 eventi nel cronoprogramma/SAL	Due eventi programmati cautelativamente con evidenze e feedback.	Da validare formalmente
Formazione	3 moduli; ≥45 partecipanti; materiali accessibili	Promozione e reminder per tre moduli nel calendario.	Conforme / da monitorare
Partecipazione inclusiva	≥30% donne/giovani nei percorsi pubblici	Outreach mirato e monitoraggio aggregato nel rispetto privacy.	Conforme / da monitorare
Visibilità PNRR/UE	Loghi e diciture secondo linee guida vigenti	Master grafico, check-list e approvazione dell’Ente.	Conforme / validazione Ente
Sostenibilità materiali	Basso impatto, riuso, plastic-free	Specifiche di stampa/allestimento e verbali di fornitura.	Conforme
Privacy/diritti	Privacy by design; gestione immagini e dati	Informative, liberatorie, registri e controllo accessi.	Conforme
Rendicontazione	Evidenze e report utili al coordinamento/REGIS	Dashboard, fascicolo evidenze, report intermedio e finale.	Conforme
Periodo eleggibile	Richiesta del Committente: 1 maggio - 30 giugno 2026	Tutte le azioni comunicative programmate nella nuova finestra.	Riallineamento necessario

Allegato B - Calendario editoriale operativo

Il calendario seguente articola attività social, newsletter, media relations, materiali, formazione, eventi, video e reporting nel periodo eleggibile. Date e sedi degli eventi sono proposte operative da validare con la Stazione Appaltante prima di ogni diffusione pubblica.

Data	Codice	Canale	Contenuto/azione	Asset / CTA	Evidenza
01/05	SOC-01	Social / canali Ente	Lancio dell’Iniziativa: Ente, progetto, finalità, finanziamento, comuni pilota e periodo.	Visual istituzionale; pagina informativa approvata.	Screenshot + URL
04/05	SOC-02	Social	Perché sostenere le filiere locali: prodotti, imprese e opportunità digitali.	Carousel/infografica contesto.	Screenshot + insight

Data	Codice	Canale	Contenuto/azione	Asset / CTA	Evidenza
05/05	MEDIA-01	Media / stakeholder	Invio comunicato di lancio e factsheet; call alle imprese e alle reti locali.	Media kit autorizzato.	Registro invii
06/05	SOC-03	Social	Call alle imprese: directory, schede prodotto, audit e accompagnamento.	Card opportunità / contatti.	Screenshot + richieste
08/05	NEWS-01	Newsletter	Avvio, strumenti dell'Iniziativa, opportunità di adesione e calendario preliminare.	Newsletter accessibile.	Prova invio
11/05	SOC-04	Social	I comuni pilota: Pontelatone, Rocchetta e Croce, Liberi e il valore delle produzioni locali.	Carousel territoriale.	Screenshot
13/05	SOC-05	Social	Dal produttore alla piattaforma: come nasceranno directory e schede prodotto.	Infografica di processo.	Screenshot
14/05	SOC-06	Social	Invito al Modulo 1: marketing digitale e presenza online.	Locandina formativa.	Screenshot + adesioni
15/05	FOR-01	Formazione	Modulo 1 - Marketing digitale e presenza online.	Slide, registro, survey.	Verbale + registro
18/05	SOC-07	Social	Raccontare un prodotto: origine, stagionalità e identità della filiera.	Card storytelling.	Screenshot
20/05	SOC-08	Social	Invito Evento 1: filiere locali in rete, lancio e networking.	Locandina accessibile.	Screenshot
20/05	MAT-01	Materiali / sedi	Avvio distribuzione brochure, mappe/infografiche e predisposizione roll-up.	Materiali a basso impatto.	Verbali/foto
22/05	EVT-01	Evento - Pontelatone	Evento di lancio e networking: piattaforma, prodotti, imprese e raccolta feedback.	Allestimento, dossier, registri.	Report evento
25/05	SOC-09	Social	Restituzione Evento 1: partecipazione e prossime opportunità, in forma aggregata.	Card riepilogo.	Screenshot + dati
27/05	SOC-10	Social / portale	La piattaforma delle filiere locali: funzioni disponibili o in rilascio validato.	Tutorial/anteprima approvata.	Screenshot + link
29/05	REP-INT	Repository / Ente	Report intermedio comunicazione con KPI parziali e scostamenti.	Dashboard + dossier evidenze.	Consegna
01/06	SOC-11	Social	Imprese e prodotti: prime schede disponibili o racconto del processo di caricamento.	Visual da dati validati.	Screenshot
03/06	SOC-12	Social	Packaging, logistica e riduzione sprechi: opportunità per le microimprese.	Infografica informativa.	Screenshot + fonti
04/06	SOC-13	Social	Invito al Modulo 2: storytelling di prodotto e filiera.	Locandina / reminder.	Screenshot
05/06	FOR-02	Formazione	Modulo 2 - Storytelling di prodotto e filiera.	Materiali e survey.	Registro + feedback
08/06	SOC-14	Social / video	Clip breve n. 1: volti, luoghi e prodotti del territorio, con diritti autorizzati.	Video ≤60".	URL + file master
10/06	SOC-15	Social	Sostenibilità verificabile: come comunicare le pratiche senza greenwashing.	Card educativa.	Screenshot + fonti
11/06	SOC-16	Social	Invito al Modulo 3: sostenibilità e green claims.	Locandina / iscrizioni.	Screenshot
12/06	FOR-03	Formazione	Modulo 3 - Sostenibilità e green claims.	Materiali accessibili, survey.	Registro + survey
15/06	VID-01	Social / portale	Video divulgativo sulle filiere locali e sul valore dell'Iniziativa.	Video ≤90" sottotitolato.	URL + master
16/06	SOC-17	Social	Invito Evento 2: risultati, prodotti, digitale e opportunità di continuità.	Locandina finale.	Screenshot
18/06	SOC-18	Social / video	Clip breve n. 2 e reminder dell'evento conclusivo.	Video ≤60" + CTA.	URL + screenshot
19/06	EVT-02	Evento - sede da validare	Risultati, networking B2B/B2C, dossier prodotti e feedback conclusivo.	Roll-up, dossier, questionari.	Report + lead

Data	Codice	Canale	Contenuto/azione	Asset/ CTA	Evidenza
22/06	NEWS-02	Newsletter	Filiere, risultati, materiali disponibili e prospettive di continuità.	Newsletter accessibile.	Prova invio
24/06	SOC-RIS	Social / canali Ente	Risultati validati: imprese, prodotti, attività e opportunità post-progetto.	Infografica KPI aggregati.	Screenshot + dati
25/06	SOST-01	Sito / canali Ente	Comunicazione del Piano di Sostenibilità 2026-2031 dopo validazione.	Scheda di sintesi / documento.	Approvazione + link
26/06	REP-FIN	Repository / Ente	Chiusura della comunicazione e consegna fascicolo evidenze.	Dashboard, archivio, raccomandazioni.	Verbale/consegna

Allegato C - Strumenti di monitoraggio e check-list di pubblicazione

Categoria	Evidenza minima	Archivio suggerito
Contenuti social	Codice, data, canale, copy/visual finale, approvazione, URL, screenshot e insight disponibili.	01_Social
Newsletter	Versione finale, prova invio, destinatari/criteri, informativa, metriche disponibili.	02_Newsletter
Media e stakeholder	Comunicati, factsheet, dossier, elenco invii, rassegna e richieste ricevute.	03_Media
Portale e imprese	Schede autorizzate, immagini, dati validati, link, dashboard/estrazioni e verbali di go-live.	04_Portale
Materiali stampati/allestimenti	Esecutivi, specifiche ambientali, quantità, verbali, foto roll-up/distribuzione.	05_Materiali
Eventi	Programma, inviti, registri, foto autorizzate, lead/feedback, report e materiali distribuiti.	06_Eventi
Formazione	Programmi, materiali, registri, survey, dati aggregati e attestazioni ove previste.	07_Formazione
Video/fotografie	File master, liberatorie/licenze, versioni pubblicate e sottotitoli.	08_Multimedia
KPI e report	Dashboard, scostamenti, correttivi, report intermedio/finale e contributi per REGIS.	09_Report
Sostenibilità/claim	Fonti e verifiche per claim; evidenze CAM/materiali; Piano di Sostenibilità approvato.	10_Sostenibilita

Controllo	Verifica da effettuare prima della diffusione
Identità	Denominazione corretta di Comunità Montana “Monte Maggiore”, progetto e Iniziativa n. 7.
Visibilità	Loghi/diciture PNRR-UE-DARA nella forma approvata; CUP riportato ove richiesto.
Date e periodo	Pubblicazione ricompresa nel periodo eleggibile; date e sedi validate.
Imprese/prodotti	Dati, fotografie, contatti, disponibilità e dichiarazioni aziendali autorizzati.
Portale	Link e funzionalità attive; pagine controllate su smartphone; dati analytics gestiti correttamente.
Green claims	Affermazioni specifiche e documentate; nessun claim generico o non verificato.
Accessibilità	Leggibilità, contrasto, testo alternativo/descrizione immagini, PDF accessibile, sottotitoli video.
Inclusione	Linguaggio non discriminatorio; inviti fruibili; attenzione a giovani e donne.
Privacy/diritti	Informative e liberatorie disponibili; nessun dato personale eccedente; consensi gestiti.
Materiali fisici	Quantità, criteri ambientali e riutilizzabilità documentati; master approvato.
Approvazione	Versione finale approvata e archiviata prima della pubblicazione/distribuzione.
Evidenza	Screenshot/URL/verbale/metriche predisposti e salvati nel fascicolo di progetto.

Scheda minima per eventi promozionali

Campo	Contenuto richiesto
Identificazione	Titolo, data, sede, Comune, referenti, finalità, target e collegamento all’Iniziativa.
Comunicazione preventiva	Locandina approvata, post/reminder, comunicato ove previsto, accessibilità e modalità partecipazione.

Campo	Contenuto richiesto
Imprese/prodotti	Elenco partecipanti/espositori autorizzati, informazioni validate, dossier e materiali distribuiti.
Svolgimento	Registro presenze, lead/contatti conformemente alla privacy, fotografie consentite, questionari.
Monitoraggio inclusione	Rilevazione aggregata dei target rilevanti secondo indicazioni privacy.
Restituzione	Numero partecipanti/imprese, feedback, contatti generati, criticità e contenuto post-evento.
Evidenze	Programma, registri, questionari, file, fotografie, autorizzazioni, verbali, link e rassegna.

Chiusura operativa

L'attuazione del Piano dovrà essere documentata attraverso un archivio digitale strutturato, accessibile alla Stazione Appaltante e idoneo a supportare verifiche, collaudo, SAL e rendicontazione. La realizzazione delle attività, l'eventuale rimodulazione delle date e la pubblicazione dei dati di risultato restano subordinate alle approvazioni e alle determinazioni formali della Comunità Montana "Monte Maggiore".