

COMUNITA MONTANA “MONTE MAGGIORE”

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

PROGETTO

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

INIZIATIVA N. 9

“Agri-Smart Community: Agricoltura Sostenibile e Digitale”

PIANO DELLA COMUNICAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO AGRICOLO

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

CUP	D69F25000040006
Ente gestore	Comunità Montana “Monte Maggiore”
Comuni pilota	Giano Vetusto - Rocchetta e Croce - Pontelatone
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 valorizzazione 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 digitale, aziende e prodotti: comunicazione di servizio
- 9. Storytelling agricolo, multifunzionalità e tracciabilità leggera
- 10. Media relations, newsletter e coinvolgimento degli stakeholder
- 11. Materiali informativi, pannelli e strumenti accessibili
- 12. Eventi pubblici e comunicazione della formazione
- 13. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo
- 14. Governance, workflow approvativo e gestione operativa
- 15. Accessibilità, privacy, diritti, sostenibilità e green claims
- 16. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento
- 17. 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, informazione e valorizzazione le prescrizioni del Capitolato dell’Iniziativa n. 9 “Agri-Smart Community: Agricoltura Sostenibile e Digitale”, promossa dalla Comunità Montana “Monte Maggiore” nell’ambito del progetto “Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone”.

La comunicazione viene programmata, su indicazione della Stazione Appaltante, per il periodo eleggibile 1 maggio - 30 giugno 2026. Il Piano sostituisce pertanto, ai soli fini della pianificazione esecutiva della comunicazione e delle attività connesse, i riferimenti temporali originari del Capitolato collocati tra febbraio e marzo 2026, ferma restando la necessità di formalizzare il riallineamento nel rapporto contrattuale.

Riallineamento temporale richiesto

Il Capitolato originario prevede avvio al 1 febbraio 2026, chiusura al 25 marzo 2026 e report intermedio al 28 febbraio 2026. Il presente Piano assume la finestra 1 maggio - 30 giugno 2026: ogni pubblicazione, evento, sessione formativa promossa e consegna comunicativa dovrà ricadere entro tale intervallo, previa validazione formale del RUP/DEC.

Le attività tecniche di hosting e manutenzione della piattaforma previste fino al 31 dicembre 2028 rimangono obblighi funzionali post-progetto; la comunicazione potrà rappresentarne la continuità come beneficio dell’Iniziativa, senza assimilarle a nuove attività promozionali finanziate oltre la finestra eleggibile.

Sintesi direzionale del Piano

L’Iniziativa intende rendere più riconoscibile e fruibile il patrimonio agricolo del Monte Maggiore, attivando una rete di aziende, prodotti e servizi multifunzionali connessa a un portale digitale. La comunicazione ha una funzione concreta: favorire l’adesione e la visibilità delle aziende, orientare cittadini e visitatori verso prodotti e opportunità esperienziali, sostenere la partecipazione a eventi e formazione, documentare risultati e impatti.

Elemento	Impostazione del Piano
Finalità comunicativa	Rendere visibile la rete agricola locale, i prodotti, i servizi multifunzionali e il portale Agri-Smart Community.
Output minimi presidiati	Brand kit e media kit; almeno 12 contenuti social; 2 newsletter; 300 brochure; 10 pannelli; 3 roll-up; campagna e report.
Asset abilitanti	Portale con directory di almeno 30 imprese, almeno 60 schede prodotto, mappa, calendario, 80 foto e 1 video breve.
Persone e territorio	Aziende agricole, cittadini e visitatori, giovani e donne, stakeholder locali, media, pubbliche amministrazioni.

Elemento	Impostazione del Piano
Approccio	Comunicazione utile, accessibile, verificabile, inclusiva, conforme agli obblighi PNRR/UE e attenta ai green claims.

1. Quadro dell’Iniziativa e funzione della comunicazione

L’Iniziativa n. 9 è promossa dalla Comunità Montana “Monte Maggiore” nell’ambito del progetto “Monte Maggiore Green & Smart Community: Innovazione, Ambiente, Persone”. Essa interviene sulla conoscenza e valorizzazione del tessuto agricolo, sull’attivazione di servizi di multifunzionalità rurale, sulla promozione digitale dei prodotti locali e sull’accrescimento delle competenze in innovazione agricola e sostenibilità.

I Comuni pilota individuati dal Capitolo sono Giano Vetusto, Rocchetta e Croce e Pontelatone. La comunicazione dovrà rendere comprensibile la dimensione territoriale del progetto, evitando di presentare singole aziende o singoli prodotti come iniziative isolate: il racconto dovrà evidenziare la rete, l’identità agricola comune e le opportunità di fruizione e collaborazione.

1.1 Principi guida

- Territorio e imprese: ogni messaggio collega aziende, prodotti, paesaggio agricolo, stagionalità e servizi rurali.
- Utilità: i contenuti devono facilitare adesione, visita, partecipazione, contatto e comprensione degli strumenti messi a disposizione.
- Inclusione: linguaggio chiaro, rappresentazione equilibrata e attenzione al coinvolgimento di giovani e donne.
- Accessibilità: materiali digitali e fisici leggibili, versioni accessibili, alternative testuali per immagini e video.
- Verificabilità: qualità, origine, sostenibilità e tracciabilità sono comunicate solo sulla base di informazioni validate.
- Rendicontabilità: ogni azione produce evidenze conservabili e organizzate per il monitoraggio e la rendicontazione.

2. Necessità di comunicazione e valorizzazione desunte dal Capitolo

La tabella seguente ricostruisce le esigenze comunicative minime espresse dal Capitolo e le traduce in presidi operativi del Piano. Le necessità riguardano sia la Linea 3 specificamente dedicata alla comunicazione, sia gli output delle altre linee che richiedono informazione, promozione, partecipazione e documentazione pubblica.

Ambito	Necessità derivante dal Capitolo	Risposta operativa di comunicazione
Linea 1 - Mappatura e multifunzionalità	Rendere note la mappatura di almeno 10 aziende, le produzioni e almeno 3 servizi multifunzionali progettati.	Call/contatti aziende; schede narrative autorizzate; contenuti sui servizi e sui Comuni pilota; valorizzazione fotografica.
Linea 2 - Portale digitale	Promuovere portale multilingua con almeno 30 imprese, 60 prodotti, mappa, calendario, modulo contatto e analytics.	Campagna di lancio; onboarding; contenuti dimostrativi; CTA verso portale; misurazione traffico e contatti.
Linea 3 - Brand e campagna	Produrre brand kit, media kit, almeno 12 post, 2 newsletter, brochure, pannelli, roll-up, iniziativa pubblica e report.	Sistema visivo; piano editoriale; produzione materiali; evento; archivio evidenze; report consuntivo.
Linea 4 - Formazione	Favorire partecipazione a almeno 4 sessioni formative, almeno 20 partecipanti e survey di soddisfazione.	Inviti, reminder, moduli informativi, raccolta iscrizioni, documentazione sessioni e comunicazione esiti.
Linea 5 - Piano di sostenibilità	Comunicare continuità, governance e KPI oltre la chiusura progettuale.	Messaggi conclusivi sui risultati e sulla prosecuzione degli strumenti, senza promesse non approvate.
Linea 6 - Coordinamento/REGIS	Organizzare evidenze, verbali, report e materiali funzionali alla rendicontazione.	Registro azioni, archivio asset, screenshot, rassegna, liberatorie, dati KPI e checklist di conformità.
Requisiti trasversali	Loghi/diciture PNRR/UE, accessibilità, privacy by design, sostenibilità e inclusione.	Template approvati, controllo preventivo dei contenuti e conservazione delle evidenze di diffusione.

2.1 Questioni che richiedono validazione preventiva

Prima dell’avvio delle pubblicazioni occorre validare denominazione visuale, loghi, diciture e disclaimer; modalità di raccolta dati e liberatorie per aziende, persone e luoghi; dati pubblicabili delle aziende; date, sedi e iscrizioni degli eventi; date della messa online del portale; schema di monitoraggio e titolarità dei canali utilizzati.

Numero delle iniziative pubbliche da confermare

La Linea 3 prevede almeno 1 iniziativa pubblica, mentre il cronoprogramma originario richiama 2 eventi pubblici. In via prudenziale, il presente Piano programma un evento di lancio e un incontro conclusivo/dimostrativo; il secondo appuntamento dovrà essere confermato dalla Stazione Appaltante senza alterare oggetto, importo o termini dell’affidamento.

3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi

Obiettivo	Risultato atteso	Evidenze / indicatori
O1 - Identità istituzionale	Rendere riconoscibili Ente gestore, progetto, Iniziativa e finanziamento.	Brand kit approvato; corretta applicazione loghi/diciture su asset e materiali.

Obiettivo	Risultato atteso	Evidenze / indicatori
O2 - Coinvolgimento aziende	Favorire raccolta informazioni, adesione e partecipazione delle aziende alla rete.	Schede validate; foto autorizzate; contatti attivati; supporto a directory e mappatura.
O3 - Fruizione del portale	Orientare pubblico e stakeholder al portale, alla mappa e alle schede prodotto.	Click e visite; utenti; pagine consultate; richieste tramite modulo contatto.
O4 - Valorizzazione agricola	Comunicare prodotti, stagionalità, pratiche agro-ambientali e servizi multifunzionali.	Contenuti tematici; brochure/pannelli; interazioni; feedback pubblici.
O5 - Partecipazione	Promuovere evento/i e percorso formativo.	Iscritti/presenze; partecipanti; survey; dossier contatti.
O6 - Accountability	Restituire risultati e continuità del progetto in forma verificabile.	Report campagna; dashboard KPI; rassegna; archivio evidenze e consegna finale.

4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità

Il sistema visivo deve rendere immediatamente riconoscibile la Comunità Montana “Monte Maggiore” quale soggetto gestore dell’Iniziativa, in raccordo con il progetto generale e con gli obblighi di comunicazione connessi al finanziamento PNRR/Unione europea - NextGenerationEU. Il brand kit previsto dal Capitolato è lo strumento per applicare tali regole in modo uniforme a canali digitali, stampa, pannelli e allestimenti.

Componente	Presidio operativo
Firma istituzionale	Denominazione completa della Comunità Montana “Monte Maggiore”, progetto, Iniziativa n. 9 e CUP in documenti rilevanti.
Identità Agri-Smart	Logo/segno, palette, font e template per evidenziare agricoltura, innovazione digitale e sostenibilità senza sostituire la firma istituzionale.
Visibilità PNRR/UE	Loghi e diciture previsti dalle linee guida vigenti, con posizionamento e leggibilità controllati prima della diffusione.
Template social e web	Layout coerenti per post, carousel, stories, card aziende/prodotti, cover video e call to action verso portale/eventi.
Template stampa	Brochure, pannelli, roll-up, schede stampa e infografiche coordinati, accessibili e idonei alla rendicontazione.
Archivio master	File sorgenti, esecutivi, versioni approvate e prove di pubblicazione conservati con nomenclatura standard.

4.1 Regole applicative

- Predisporre un master grafico validato prima della produzione in serie e prima dell’avvio della campagna.
- Privilegiare immagini autentiche e autorizzate di aziende, prodotti, paesaggi e attività; evitare visual generici non rappresentativi.
- Garantire contrasti cromatici, corpi minimi leggibili, alternative testuali e PDF accessibili.
- Non inserire sui pannelli informazioni rapidamente deperibili: le informazioni aggiornabili saranno indirizzate al portale tramite QR o collegamento breve, previa approvazione.
- Conservare proof di stampa, foto dell’installazione/distribuzione e schermate della diffusione digitale.

5. Target, bisogni informativi e messaggi

Target	Bisogno informativo	Messaggio guida
Aziende agricole e produttori	Comprendere opportunità, modalità di partecipazione, dati da fornire e benefici del portale.	Una rete agricola digitale rende più visibili produzioni, stagionalità e servizi del territorio.
Cittadini e famiglie	Scoprire prodotti locali, servizi, mercati ed esperienze rurali.	Scegliere locale significa conoscere persone, luoghi e stagioni del Monte Maggiore.
Visitatori e turisti di prossimità	Trovare informazioni fruibili su aziende, prodotti e servizi multifunzionali.	Il territorio agricolo si visita, si comprende e si vive attraverso una rete accessibile.
Giovani e donne	Conoscere opportunità di partecipazione, formazione e innovazione.	Agricoltura sostenibile e digitale genera nuove competenze e occasioni di protagonismo.
Associazioni, istituzioni e reti locali	Diffondere informazioni affidabili e coordinare azioni di promozione.	La cooperazione locale amplifica risultati e continuità dell'Iniziativa.
Media e operatori territoriali	Disporre di contenuti, immagini e dati validati.	Agri-Smart Community è un progetto pubblico documentato, accessibile e misurabile.

6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata

La comunicazione combina canali proprietari dell'Ente, portale di progetto, supporti fisici e attività partecipative. Il portale costituisce la destinazione informativa centrale; social, newsletter, media e materiali indirizzano progressivamente verso approfondimento, contatto e partecipazione.

Canale	Ruolo	Misurazione
Sito/canali istituzionali dell'Ente	Fonte ufficiale per avvio, atti, eventi, notizie e risultati.	Pubblicazioni, visualizzazioni se disponibili, link attivi.
Portale Agri-Smart Community	Directory imprese, prodotti, mappa, calendario e modulo contatto.	Accessi, pagine consultate, provenienze, richieste.
Social media dell'Ente/progetto	Awareness, racconto visivo, call to action, reminder e restituzione.	Reach, impression, engagement, click, video views.
Newsletter	Informazione mirata a aziende, stakeholder e pubblico interessato.	Invii, aperture/click se tracciabili, iscrizioni o feedback.
Media kit e relazioni stampa	Accreditamento istituzionale, diffusione territoriale e copertura stampa.	Invii, uscite, citazioni, rassegna.
Brochure, pannelli e roll-up	Orientamento fisico, visibilità negli eventi e nei luoghi della rete.	Quantità prodotte/distribuite/installate, documentazione fotografica.
Evento/i e formazione	Coinvolgimento diretto, ascolto, dimostrazione e raccolta feedback.	Presenze, contatti, survey e report.

Presupposto operativo sui canali social

L'utilizzo di social media e newsletter presuppone la disponibilità di canali istituzionali o autorizzati dalla Stazione Appaltante, l'individuazione di amministratori/editor e una procedura di approvazione dei contenuti. Il Piano non implica l'apertura autonoma di nuovi profili senza autorizzazione.

7. Piano social media e comunicazione digitale

Il Capitolato prescrive almeno 12 contenuti social complessivi e 2 newsletter. Per accompagnare adeguatamente il periodo 1 maggio - 30 giugno 2026, il Piano propone 18 contenuti social programmati, integrati con lanci istituzionali, contenuti sulle aziende e sui prodotti, promozione della piattaforma, formazione, evento/i e restituzione conclusiva.

Pilastro editoriale	Contenuti	Call to action
P1 - Progetto e territorio	Ente gestore, finalità, Comuni pilota, finanziamento, rete agricola.	Scopri l'Iniziativa e seguigli aggiornamenti.
P2 - Aziende e persone	Profilo aziende, produzioni, immagini autorizzate, fabbisogni e collaborazione.	Conosci le aziende / partecipa alla rete.
P3 - Prodotti e stagionalità	Prodotti locali, stagioni, usi, filiera e identità agricola.	Consulta le schede prodotto sul portale.
P4 - Multifunzionalità rurale	Agro-didattica, servizi, percorsi degustazione, mercati, agrisosta.	Scopri i servizi progettati e partecipa.

Pilastro editoriale	Contenuti	Call to action
P5 - Digitale e mappa	Portale, directory, mappa, calendario, modulo contatto, tutorial.	Visita il portale e contattala rete.
P6 - Formazione, evento e risultati	Inviti, reminder, immagini evento, feedback, KPI e continuità.	Iscriviti / partecipa / leggi i risultati.

7.1 Standard di pubblicazione

- Ogni post utilizza template validato e diciture istituzionali appropriate alla natura del contenuto.
- Ogni immagine o video riferito a persone, aziende o luoghi è accompagnato da liberatoria o autorizzazione archiviata.
- Le schede di aziende e prodotti sono pubblicate solo dopo validazione delle informazioni dal referente autorizzato.
- I contenuti sulla sostenibilità descrivono pratiche e caratteristiche documentabili, evitando claim assoluti o generici.
- Il registro editoriale annota codice contenuto, data, canale, link/screenshot, asset, validazione e KPI raccolti.

8. Piattaforma digitale, aziende e prodotti: comunicazione di servizio

La piattaforma è il principale asset permanente dell’Iniziativa. La comunicazione non si limita al lancio: deve accompagnare il reperimento delle informazioni, l’onboarding delle aziende, il popolamento delle schede, l’utilizzo della mappa e del calendario, la generazione di contatti e la restituzione dei dati di fruizione.

Fase	Informazioni da comunicare	Asset/presidio
Coinvolgimento aziende	Obiettivi, vantaggi, dati richiesti, fotografie e consensi, modalità di partecipazione.	Scheda informativa; contatto diretto; modulo dati/autorizzazioni.
Popolamento contenuti	Profilo azienda, prodotti, stagionalità, localizzazione, eventuali servizi.	Template scheda; controllo dati; foto editate; approvazione produttore.
Pre-lancio	Anticipazioni sulla mappa, sul calendario e sull’utilità del portale.	Post teaser; newsletter; news istituzionale.
Go-live	Disponibilità del portale e funzioni: directory, schede, mappa e modulo contatto.	Comunicato; social launch; link/QR; demo evento.
Consolidamento	Nuove schede, percorsi di visita, servizi multifunzionali, aggiornamenti calendario.	Rubriche; reminder; contenuti tematici; call to action.
Rendicontazione	Risultati verificati della campagna e indicazioni di continuità.	Dashboard; report; contenuto finale; archivio evidenze.

Dipendenza critica

La pubblicazione delle CTA verso il portale richiede che le funzionalità richiamate siano operative o che il contenuto indichi chiaramente la fase di attivazione. Nessun messaggio dovrà anticipare l’effettiva disponibilità di directory, mappa, moduli o schede non ancora validate.

9. Storytelling agricolo, multifunzionalità e tracciabilità leggera

Il racconto deve costruire fiducia attraverso dati semplici, immagini autentiche e collegamenti chiari tra prodotto, azienda, paesaggio e servizio. La comunicazione sostiene la tracciabilità “leggera” prevista dal Capitolato, senza attribuire certificazioni o caratteristiche non documentate.

Angolo narrativo	Contenuto	Evidenza necessaria
Azienda e territorio	Storia, luogo, coltivazioni/allevamenti, relazioni con la comunità.	Scheda validata dall’azienda; foto autorizzate; geolocalizzazione verificata.
Prodotto e stagione	Descrizione, periodo di disponibilità, uso e legame con la filiera.	Dati del produttore; verifica stagionalità; immagine prodotto autorizzata.
Pratiche agro-ambientali	Riduzione input, gestione risorse, colture, materiali o processi dichiarati.	Informazione supportata da schede, dichiarazioni o documenti; formulazione prudente.
Servizi multifunzionali	Agro-didattica, mercati, degustazioni, agriturismo o altri concept progettati.	Stato del servizio chiarito: progettato, in sperimentazione o attivo.
Tracciabilità/QR	Scheda origine, collegamento al portale e informazioni accessibili al pubblico.	Test del collegamento, aggiornabilità, privacy e coerenza con contenuti validati.

10. Media relations, newsletter e coinvolgimento degli stakeholder

Il media kit assicura coerenza nella divulgazione esterna e supporta la diffusione presso media territoriali, associazioni, Comuni, reti agricole, operatori turistici e soggetti interessati alla valorizzazione dei prodotti locali. Le newsletter favoriscono un contatto diretto e tracciabile con aziende e stakeholder.

Componente media kit	Contenuto minimo
Scheda progetto	Ente gestore, progetto, Iniziativa, CUP, finalità, Comuni pilota, periodo e contatti istituzionali.
Comunicato di lancio	Avvio della campagna, opportunità per aziende e cittadini, piattaforma e appuntamenti previsti.
Schede tematiche	Agricoltura sostenibile e digitale, servizi multifunzionali, portale, formazione ed evento/i.
Infografica	Linee dell’Iniziativa, output minimi e percorsi di partecipazione.
Selezione immagini	Foto autorizzate e corredate da didascalie/crediti e indicazioni d’uso.

Componente media kit	Contenuto minimo
Comunicato finale	Risultati verificati, materiali prodotti, continuità e rinvio al portale.

Invio	Data indicativa	Contenuti e destinatari
Newsletter n. 1 - Avvio e opportunità	8 maggio 2026	Presentazione dell'Iniziativa; invito alle aziende e agli stakeholder; calendario iniziale; link informativi.
Newsletter n. 2 - Portale, evento e risultati	18 giugno 2026	Portale e mappa; prodotti/servizi; appuntamento conclusivo; primi risultati e continuità.

11. Materiali informativi, pannelli e strumenti accessibili

Materiale	Quantità minima	Funzione comunicativa	Presidi di qualità
Brand kit	1 sistema	Identità coordinata di progetto e template.	Approvazione Ente; file sorgenti; regole d'uso.
Media kit	1 cartella	Informare media e stakeholder con materiali verificati.	Immagini autorizzate; testi aggiornabili; archivio.
Brochure	300 copie	Illustrare rete agricola, portale, servizi e opportunità.	Basso impatto; linguaggio chiaro; PDF accessibile.
Pannelli informativi	10 riutilizzabili	Orientare nei luoghi/eventi e valorizzare aziende/territorio.	Materiali durevoli; contenuto non deperibile; eventuale link/QR validato.
Roll-up	3 riutilizzabili	Allestimento coordinato per evento/i e formazione.	Riutilizzabili; diciture PNRR/UE; leggibilità.
Foto originali	Almeno 80 editate	Popolare portale, social e materiali.	Liberatorie/consensi; catalogazione; crediti.
Video breve	1, max 90 secondi	Raccontare rete agricola e accesso al portale.	Sottotitoli o testo alternativo; diritti; formati web/social.

11.1 Distribuzione e tracciamento

Luogo / canale	Materiali	Evidenza di diffusione
Evento/i pubblico/i	Brochure, pannelli, roll-up, media kit digitale.	Registro consegne/presenze, foto allestimento, feedback.
Sedi e punti informativi dei Comuni pilota	Brochure e materiali approvati.	Verbale o scheda distribuzione; quantità.
Aziende aderenti / rete locale	Brochure, link portale e eventuali materiali digitali.	Elenco destinatari; conferma consegna o invio.
Canali online	PDF accessibili, video, infografiche, link portale.	URL, screenshot, analytics disponibili.

12. Eventi pubblici e comunicazione della formazione

Gli eventi e la formazione sono momenti ad alto valore comunicativo: rendono tangibili gli strumenti dell'Iniziativa, raccolgono contributi e generano evidenze. Ogni appuntamento dovrà essere promosso con anticipo, gestito con modalità inclusive e documentato nel rispetto di privacy e diritti d'immagine.

Iniziativa proposta	Data / sede da validare	Funzione	Target	Evidenze
Evento 1 - Agri-Smart Community: rete agricola e innovazione	29 maggio 2026 - Pontelatone	Lancio pubblico, presentazione portale e servizi, confronto con aziende e cittadini.	Aziende, cittadini, stakeholder, media.	Programma, inviti, presenze, foto autorizzate, feedback, contatti.
Evento 2 - Prodotti, servizi rurali e risultati della rete	19 giugno 2026 - Giano Vetusto o Rocchetta e Croce	Restituzione, demo portale, prodotti e servizi multifunzionali; chiusura campagna.	Rete agricola, visitatori, istituzioni, giovani.	Programma, materiali, presenze, feedback e rassegna.

Programmazione prudentiale

L'Evento 1 soddisfa il minimo della Linea 3. L'Evento 2 è previsto per recepire il richiamo a due eventi nel cronoprogramma originario e resta subordinato a validazione, compatibilità operativa e invarianza economica.

12.1 Comunicazione del percorso formativo

Per risolvere l'ambiguità del Capitolato, che richiede 2 moduli ma elenca tre ambiti tematici, il Piano comunica due moduli articolati in quattro sessioni, integrando marketing digitale e storytelling nel modulo dedicato a multifunzionalità e valorizzazione.

Modulo / sessione promossa	Data proposta	Destinatari	Presidi comunicativi
Modulo 1 - Innovazione e pratiche agro-ambientali / Sessione 1	15 maggio	Aziende, tecnici, giovani	Invito, iscrizione, reminder, materiali accessibili, presenze.
Modulo 1 - Strumenti sostenibili / Sessione 2	22 maggio	Aziende e stakeholder	Social, newsletter/contatto diretto, documentazione fotografica autorizzata.
Modulo 2 - Multifunzionalità e modelli gestionali / Sessione 3	5 giugno	Aziende, associazioni, cittadini attivi	Invito, programma, iscrizioni, survey.
Modulo 2 - Marketing digitale e storytelling / Sessione 4	12 giugno	Aziende, giovani e rete locale	Demo portale, call to action, attestazioni e restituzione.

13. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo

Periodo	Fase	Attività di comunicazione	Output
1 - 8 maggio	Impostazione e lancio	Validazione brand/media kit; comunicazione avvio; contatti aziende; newsletter n. 1.	Template, media kit, prime pubblicazioni, mailing e registro.
11 - 22 maggio	Coinvolgimento e formazione	Storie aziende/prodotti; promozione e copertura delle prime due sessioni formative; anticipazioni portale.	Contenuti social, presenze, asset fotografici e materiali accessibili.
25 maggio - 5 giugno	Portale ed evento di lancio	Lancio portale/mappa quando validati; evento 1; contenuti su servizi e prodotti; sessione formativa 3.	Link/CTA, report evento, rassegna e dati iniziali.
8 - 19 giugno	Consolidamento e restituzione	Sessione formativa 4; newsletter n. 2; eventuale evento 2; storytelling risultati.	Presenze, feedback, dossier contatti e dati campagna.
22 - 26 giugno	Chiusura comunicativa	Post finale; consolidamento KPI; archivio asset; report e consegna evidenze.	Report campagna, rassegna, check-list e repository.

Milestone da formalizzare

Entro l'approvazione del Piano dovranno essere formalizzate la finestra 1 maggio - 30 giugno 2026, la data di go-live del portale, la localizzazione degli eventi, l'articolazione formativa e l'eventuale secondo evento. La finestra comunicativa non modifica gli obblighi tecnici post-progetto previsti dal Capitolato.

14. Governance, workflow approvativo e gestione operativa

Soggetto	Responsabilità nel processo di comunicazione
Stazione Appaltante / RUP-DEC	Indirizzo e validazione del Piano; autorizzazione template, contenuti sensibili, date, eventi e pubblicazioni; presidio rendicontazione.
Affidatario - coordinamento comunicazione	Pianificazione, produzione, raccordo tra linee, raccolta evidenze, aggiornamento calendario e report.
Team tecnico piattaforma	Verifica operatività portale, link, analytics, accessibilità, contenuti pubblicabili e supporto alla CTA.
Team mappatura/formazione	Dati corretti su aziende, prodotti, servizi, calendario sessioni, registri, risultati e feedback.
Aziende e referenti territoriali	Validazione informazioni aziendali/prodotto, autorizzazioni immagini, collaborazione alla diffusione.
Comuni pilota / stakeholder	Amplificazione autorizzata, ospitalità eventi, supporto alla partecipazione e disseminazione locale.

Fase	Attività	Responsabile principale
1. Input	Raccolta informazioni, calendario, asset, consensi e dati verificabili.	Affidatario + referenti tecnici/aziende.
2. Elaborazione	Produzione copy, visual, newsletter, materiali, press kit e pagina portale.	Affidatario comunicazione.
3. Controllo	Verifica contenuti, loghi/diciture, accessibilità, privacy, claime CTA.	Affidatario + RUP/DEC.
4. Approvazione	Autorizzazione formale del contenuto o del lotto editoriale.	Stazione Appaltante.
5. Diffusione	Pubblicazione, invio o stampa/installazione secondo calendario.	Affidatario / canali autorizzati.
6. Evidenze	Screenshot, link, registri, copie, fotografie, analytics e feedback.	Affidatario.
7. Reporting	Dashboard periodica e report finale con KPI e raccomandazioni.	Affidatario + validazione Ente.

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

Ambito	Presidio operativo
Accessibilità digitale	PDF accessibili, struttura titoli corretta, testo alternativo, contrasto adeguato, sottotitoli o trascrizione del video, link descrittivi.
Privacy e dati	Informative e consensi per mailing, eventi, immagini e modulo contatto; minimizzazione dati; archiviazione protetta; gestione incarichi/responsabilità.
Diritti d'uso	Liberatorie per foto/video/interviste; licenze/crediti; cessione degli asset alla Stazione Appaltante secondo Capitolato.
Sostenibilità materiali	Stampa e allestimenti a basso impatto, materiali riciclati/riciclabili/riutilizzabili, logistica ottimizzata e riduzione sprechi.
Inclusione e pari opportunità	Linguaggio non discriminatorio; rappresentazione plurale; monitoraggio del target di coinvolgimento giovani/donne previsto dal Capitolato.
Visibilità finanziamento	Applicazione loghi e diciture PNRR/UE su materiali, eventi e canali informativi secondo linee guida vigenti.
Green claims	Uso di affermazioni specifiche e documentabili; esclusione di claim assoluti, vaghi o non dimostrati; approvazione preventiva dei contenuti sensibili.

16. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento

Il sistema di monitoraggio separa i KPI direttamente dipendenti dalla comunicazione da quelli di progetto che la comunicazione abilita o valorizza. Tutti i valori saranno riportati solo se documentati da registri, strumenti analytics, verbali o evidenze validate.

Indicatore	Target/ riferimento	Fonte di verifica	Frequenza
Contenuti social	Minimo Capitolato: >= 12; Piano: 18 programmati.	Registro pubblicazioni, URL e screenshot.	Settimanale.
Newsletter	2 invii.	Copia invio, lista destinatari trattata correttamente, statistiche disponibili.	A invio.
Brand kit e media kit	1 sistema coordinato + 1 cartella stampa.	File finali approvati e archivio master.	Avvio/aggiornamento.

Indicatore	Target/ riferimento	Fonte di verifica	Frequenza
Brochure	300 copie.	Proof, verbale consegna/distribuzione e foto.	Consegna/finale.
Pannelli informativi	10 riutilizzabili.	Foto collocazione/uso, schede tecniche e verbale.	Consegna/finale.
Roll-up	3 riutilizzabili.	Verbale e fotografie evento.	Evento/finale.
Evento pubblico	Minimo >= 1; Piano programma 2 da validare.	Programma, presenze, contatti, foto, feedback.	Per evento.
Portale	>= 30 aziende; >= 60 schede prodotto; mappa e analytics attivi.	Back-office/analytics, verbale validazione.	Milestone/finale.
Multimedia	>= 80 foto editate; 1 video max 90 sec.	Archivio asset, liberatorie e pubblicazioni.	Consegna/finale.
Formazione	>= 4 sessioni; >= 20 partecipanti; soddisfazione >= 80%.	Registri, attestazioni e survey.	Per sessione/finale.
Partecipazione inclusiva	Target >= 30% giovani/donne nei percorsi pubblici.	Dati raccolti in forma conforme alla privacy.	Finale.
Report campagna	1 report consuntivo entro il 30 giugno 2026.	Documento validato + allegati di evidenza.	Finale.

Documento	Scadenza operativa	Contenuti
Dashboard interna	Aggiornamento settimanale dal 1 maggio	Azioni eseguite, KPI, materiali, approvazioni, criticità e azioni correttive.
Nota intermedia	29 maggio 2026	Stato campagna, attivazione canali/portale, formazione, evento 1 e fabbisogni di riallineamento.
Report finale comunicazione	Entro 30 giugno 2026	Output, indicatori, evidenze, rassegna, feedback, rischi, raccomandazioni e archivio consegne.

17. Rischi comunicativi e misure di mitigazione

Rischio	Livello	Effetto	Misura di mitigazione
Disallineamento date Capitolato/periodo eleggibile	Alto	Attività non coerenti o non validabili.	Formalizzare cronoprogramma 1 maggio - 30 giugno prima dell'avvio.
Ambiguità su numero eventi	Medio/alto	Programmazione o rendicontazione non allineata.	Validare uno o due eventi; il Piano propone due appuntamenti prudenziali.
Ritardo nel portale	Alto	CTA non funzionanti e minore visibilità dei prodotti.	Usare fasi teaser; pubblicare link solo dopo test e verbale di messa online.
Dati aziendali incompleti/non autorizzati	Alto	Schede inaccurate o violazioni di riservatezza.	Workflow di approvazione azienda; liberatorie; controllo campi pubblicabili.
Green claim non verificabile	Alto	Perdita fiducia e rischio reputazionale.	Checklist claim, fonti archiviate, validazione preventiva.
Bassa partecipazione a formazione/eventi	Medio	KPI non raggiunti.	Inviti mirati, rete partner, reminder multicanale e iscrizioni semplificate.
Materiali non accessibili o non conformi	Medio	Esclusione utenti e non conformità.	Revisione accessibilità, proof pre-stampa e checklist loghi/diciture.
Meteo/logistica eventi	Medio	Rinvio o minore presenza.	Location alternativa, comunicazione tempestiva e piano di aggiornamento.

Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato

La matrice costituisce il riferimento operativo per verificare che le attività di comunicazione e valorizzazione rispondano ai minimi contrattuali, riallineati temporalmente alla finestra 1 maggio - 30 giugno 2026. Le voci indicate come “da validare” richiedono conferma formale della Stazione Appaltante.

Requisito	Minimo previsto dal Capitolato	Attuazione nel Piano	Esito
Ente e progetto	Comunità Montana “Monte Maggiore”; progetto generale; Iniziativa n. 9; CUP.	Frontespizio, firma istituzionale e template coordinati.	Conforme.
Comuni pilota	Giano Vetusto, Rocchetta e Croce, Pontelatone.	Riferimento in narrazione, materiali ed eventi proposti.	Conforme.
Periodo di esecuzione	Originariamente feb.-mar. 2026.	Riallineato a 1 maggio - 30 giugno 2026 su indicazione dell'Ente.	Da formalizzare.
Brand kit	Logo, palette, font e template social/stampa.	Sistema visivo coordinato e archivio master.	Conforme / da approvare.
Media kit	Schede stampa e infografiche.	Cartella stampa, immagini autorizzate, comunicati e infografica.	Conforme.
Piano editoriale social	Almeno 12 contenuti complessivi.	18 contenuti social programmati in Allegato B.	Conforme / migliorativo.
Newsletter	2 newsletter.	Invii previsti 8 maggio e 18 giugno.	Conforme.
Brochure	300 copie.	Progettazione, stampa a basso impatto e tracciamento distribuzione.	Conforme.
Pannelli	10 pannelli informativi riutilizzabili.	Produzione e uso documentato in rete/eventi/sedi da validare.	Conforme / da dettagliare.
Roll-up	3 roll-up.	Tre supporti riutilizzabili coordinati.	Conforme.
Iniziativa pubblica	Almeno 1; cronoprogramma richiama 2 eventi.	Evento 1 obbligatorio e Evento 2 prudenziale da validare.	Da confermare.
Report campagna	Coperture, interazioni, traffico portale, contatti.	Dashboard e report finale entro 26 giugno.	Conforme.
Mappatura aziende	Almeno 10 aziende nei Comuni pilota.	Comunicazione di coinvolgimento e schede narrative autorizzate.	Supporto alla Linea 1.
Servizi multifunzionali	Almeno 3 servizi progettati.	Contenuti esplicativi con stato di attivazione chiarito.	Supporto alla Linea 1.
Portale	>= 30 imprese; >= 60 prodotti; mappa, calendario, contatto e analytics.	Lancio, onboarding, CTA e monitoraggio traffico.	Supporto alla Linea 2.
Materiali multimediali	>= 80 foto e 1 video <= 90 secondi.	Piano asset, diritti, pubblicazione e tracciamento.	Conforme.
Formazione	2 moduli, almeno 4 sessioni, >=20 partecipanti, >=80% soddisfatti.	Due moduli in quattro sessioni e comunicazione dedicata.	Conforme / articolazione da validare.
Inclusione	Coinvolgimento giovani/donne >=30% percorsi pubblici.	Messaggi inclusivi e rilevazione rispettosa della privacy.	Conforme.
Accessibilità e privacy	Contenuti accessibili; privacy by design.	Checklist dedicate, autorizzazioni e gestione dati.	Conforme.
Visibilità PNRR/UE	Loghi/diciture secondo linee guida vigenti.	Controllo pre-pubblicazione e archivio evidenze.	Conforme.
Sostenibilità materiali	Materiali a basso impatto e riutilizzabili.	Specifiche per stampa/allestimento e prove di conformità.	Conforme.
Asset e diritti	Cessione asset alla Stazione Appaltante.	Repository con sorgenti, esecutivi e liberatorie.	Conforme.
Rendicontazione REGIS	Documentazione idonea al caricamento.	Registro evidenze e struttura archivio in Allegato C.	Conforme.

Allegato B - Calendario editoriale operativo

Il calendario costituisce la proposta esecutiva per il periodo eleggibile 1 maggio - 30 giugno 2026. Le date di pubblicazione, le sedi degli appuntamenti e le CTA verso il portale sono subordinati all'approvazione del RUP/DEC e all'effettiva disponibilità degli output richiamati.

Data	Codice	Canale	Contenuto / azione	Asset / CTA	Evidenza
01/05	SOC-01	Social / sito Ente	Avvio Iniziativa: finalità, Ente gestore, Comuni pilota e finanziamento.	Visual istituzionale; pagina informativa.	URL + screenshot.
04/05	SOC-02	Social	Perché Agri-Smart: agricoltura, digitale, sostenibilità e rete locale.	Infografica obiettivi.	Screenshot/KPI.
06/05	STK-01	Mail/rete	Coinvolgimento aziende e stakeholder: informazioni richieste e opportunità.	Scheda informativa e contatto.	Registro invii.
08/05	NL-01	Newsletter	Avvio e opportunità: rete, aziende, formazione e prossimi passaggi.	Newsletter accessibile; CTA contatto.	Copia invio/KPI.

Data	Codice	Canale	Contenuto / azione	Asset / CTA	Evidenza
11/05	SOC-03	Social	Comuni pilota e identità agricola del territorio.	Carousel territorio.	Screenshot/KPI.
13/05	SOC-04	Social	Aziende agricole: come partecipare e quali contenuti saranno valorizzati.	Card adesione/contatto.	Screenshot/KPI.
15/05	FOR-01	Social/evento	Promozione e copertura Sessione formativa 1: innovazione e pratiche agro-ambientali.	Locandina; iscrizione.	Presenze/foto.
18/05	SOC-05	Social	Prodotti e stagionalità: il valore dell'origine e della filiera locale.	Foto/prodotto validato.	Screenshot/KPI.
20/05	SOC-06	Social	Anteprima servizi multifunzionali: cosa sono e quali opportunità offrono.	Infografica servizi.	Screenshot/KPI.
22/05	FOR-02	Social/evento	Sessione formativa 2: strumenti e pratiche sostenibili in agricoltura.	Invito/reminder; materiali.	Presenze/survey.
25/05	SOC-07	Social	Verso il portale: directory, mappa e schede prodotto.	Teaser piattaforma.	Screenshot/KPI.
27/05	PRS-01	Media/stakeholder	Invito evento di lancio e presentazione rete agricola.	Comunicato + media kit.	Invii/rassegna.
29/05	EVT-01	Evento/social	Evento 1: lancio pubblico, demo portale se operativa, confronto e feedback.	Roll-up, pannelli, brochure.	Presenze/foto/feedback.
01/06	SOC-08	Social / portale	Lancio o aggiornamento portale: cerca aziende e prodotti locali.	Link/QR al portale.	Analytics/link.
03/06	SOC-09	Social	Storia di azienda o prodotto n. 1, previa validazione.	Foto + scheda portale.	Consenso/KPI.
05/06	FOR-03	Social/formazione	Sessione formativa 3: multifunzionalità e modelli gestionali.	Programma; CTA iscrizione.	Presenze/survey.
08/06	SOC-10	Social	Mappa agricola e opportunità di visita/contatto.	Visual mappa; link portale.	Analytics/KPI.
10/06	SOC-11	Social	Storia di prodotto n. 2: stagione, uso e territorio.	Scheda prodotto; foto.	Validazione/KPI.
12/06	FOR-04	Social/formazione	Sessione formativa 4: marketing digitale e storytelling.	Demo portale; survey.	Presenze/survey.
15/06	SOC-12	Social	Servizi multifunzionali: presentazione concept e utilità per la comunità.	Carousel/infografica.	Screenshot/KPI.
16/06	SOC-13	Social	Sostenibilità verificabile: pratiche e informazioni utili al pubblico.	Card claim responsabili.	Controllo fonti/KPI.
18/06	NL-02	Newsletter	Portale, rete, appuntamento conclusivo e primi risultati.	Newsletter + CTA evento/portale.	Copia invio/KPI.
19/06	EVT-02	Evento/social	Evento conclusivo/dimostrativo, se validato: risultati, prodotti e servizi.	Pannelli, roll-up, brochure.	Presenze/foto/feedback.
22/06	SOC-14	Social	Il portale resta uno strumento per conoscere e contattare la rete agricola.	Link portale.	Analytics/KPI.
23/06	SOC-15	Social	Le persone della rete: partecipazione, formazione e collaborazione.	Foto autorizzate/quote approvate.	Liberatorie/KPI.
24/06	SOC-16	Social	Risultati comunicativi: materiali, eventi e coinvolgimento.	Infografica KPI verificati.	Dashboard.
25/06	SOC-17	Social	Prodotti e servizi: invito a continuare a usare il portale.	Carousel finale; link.	Screenshot/KPI.
26/06	SOC-18	Social / sito	Chiusura campagna: ringraziamenti, continuità e rimando ai risultati.	Visual finale; news report.	URL/report.

Regola di sostituzione e editoriale

Qualora la piattaforma, una scheda azienda/prodotto o un evento non siano pronti o validati nella data prevista, il contenuto dovrà essere sostituito da un messaggio di processo già approvato, senza pubblicare link inattivi, informazioni non autorizzate o risultati non verificati.

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

C.1 Registro delle evidenze

Categoria	Evidenza minima da conservare	Cartella suggerita
Contenuti social	Codice, copy/visual finale, approvazione, data, canale, URL/screenshot e KPI.	01_Social
Newsletter	Versione inviata, destinatari/consensi secondo ruoli, data invio e statistiche disponibili.	02_Newsletter
Media relations	Media kit, comunicati, elenco invii, uscite e rassegna.	03_Media
Brochure/pannelli/roll-up	Esecutivi, proof, specifiche materiali, verbali, quantità e fotografie.	04_Materiali
Portale e contenuti	URL, verbali test/go-live, analytics, schede pubblicate, foto/video e approvazioni.	05_Portale
Evento/i	Programma, inviti, registri, feedback, dossier contatti, fotografie e liberatorie.	06_Eventi
Formazione	Programmi, iscrizioni/presenze, materiali, survey e attestazioni.	07_Formazione
Privacy/diritti	Informative, consensi, liberatorie, autorizzazioni aziende e licenze.	08_Privacy_Diritti
KPI/reporting	Dashboard, report, verbali e indice consegne per rendicontazione.	09_Report_REGIS

C.2 Check-list prima della pubblicazione o stampa

Controllo	Verifica da effettuare
Identità	Denominazione corretta di Comunità Montana “Monte Maggiore”, progetto e Iniziativa n. 9.
Visibilità	Loghi/diciture PNRR/UE e CUP applicati quando richiesto, secondo template approvato.
Date e località	Date nel periodo 1 maggio - 30 giugno 2026; sede e orari formalmente confermati.
Dati aziende/prodotti	Testi, contatti, foto, localizzazione e stagionalità validati dal referente autorizzato.
Green claims	Ogni dichiarazione ambientale o di sostenibilità è specifica, documentata e approvata.
Privacy e diritti	Liberatorie, informative, consensi e crediti archiviati prima della diffusione.
Accessibilità	Contrasto, leggibilità, alt text, sottotitoli/trascrizione e PDF accessibile verificati.
CTA e link	Link, QR code, pagina portale e form di contatto testati su smartphone e desktop.
Materiali fisici	Quantità, supporto a basso impatto, proof colore e leggibilità validati.
Approvazione	Versione finale autorizzata dal RUP/DEC o secondo workflow concordato.
Evidenza	File finale e prova di diffusione predisposti per il registro e la rendicontazione.

C.3 Scheda di monitoraggio per evento o sessione formativa

Campo	Contenuto richiesto
Identificazione	Titolo, codice, data, sede, Comune, responsabile e linea di riferimento.
Obiettivo e target	Finalità, destinatari previsti, call to action e messaggi utilizzati.
Promozione	Contenuti, inviti, newsletter/media, materiali e tempi di diffusione.
Partecipazione	Presenze, tipologia partecipanti e dati inclusivi solo se raccolti legittimamente.
Materiali	Brochure/pannelli/roll-up utilizzati o distribuiti e relative quantità.
Feedback	Questionari, osservazioni, soddisfazione e raccomandazioni.
Evidenze	Foto autorizzate, registri, screenshot, rassegna e documenti di supporto.
Follow-up	Azioni successive, contenuti di restituzione e aggiornamenti al portale.

C.4 Consegna finale della comunicazione

Entro il 30 giugno 2026 l’Affidatario consegna alla Stazione Appaltante un archivio ordinato comprendente Piano approvato, calendario aggiornato, brand e media kit, asset sorgenti ed esecutivi, materiali diffusi, registro pubblicazioni, report eventi e formazione, evidenze di accessibilità e conformità, autorizzazioni e liberatorie, dashboard KPI, rassegna e report consuntivo

della campagna. La consegna dovrà consentire all'Ente il riuso istituzionale degli asset e la predisposizione della documentazione di rendicontazione richiesta.

Chiusura operativa

Le date e gli output riportati nel presente Piano costituiscono la programmazione comunicativa proposta sulla finestra eleggibile comunicata dalla Stazione Appaltante. L'avvio dell'esecuzione è subordinato alla validazione delle date riallineate, dei template e delle eventuali specifiche attuative del RUP/DEC.