

Servizio di supporto specialistico per le attività di informazione e comunicazione del Programma nazionale del Fondo sicurezza interna 2021-2027 e del Programma nazionale dello strumento di sostegno finanziario per la politica di gestione delle frontiere e la politica dei visti (BMVI) 2021-2027 (Lotto 3).

Piano di comunicazione 2025

Aprile 2025

Indice

1. Premessa.....	3
2. La strategia di comunicazione per il 2025.....	4
3. Azioni e interventi	4
4. Budget 2025	9
5. Cronoprogramma.....	10

1. Premessa

Il presente documento costituisce la declinazione attuativa, per l'anno 2025, delle azioni di comunicazione dei Programmi ISF e BMVI 2021-2027, comprese quelle che presentano un collegamento con la programmazione 2014-2020.

Il Piano di comunicazione 2025 rappresenta un'esplicazione della Strategia di comunicazione (SdC), di cui acquisisce e attua gli obiettivi generali e specifici e le priorità annuali.

Gli obiettivi generali (OG) e specifici (OS) sono di seguito riportati:

Obiettivi generali (OG)	Obiettivi specifici (OS)
Migliorare il livello di percezione e conoscenza dei PN ISF e BMVI in termini di opportunità offerte e risultati attesi e raggiunti (OG1)	Incrementare l'informazione sui PN ISF e BMVI (OS1)
	Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti dei PN ISF e BMVI (OS2)
Rafforzare la percezione positiva del ruolo dell'Ue e le possibilità di utilizzo dei PN ISF e BMVI (OG2)	Incrementare l'informazione sui PN ISF e BMVI (OS1)
	Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti dei PN ISF e BMVI (OS2)
	Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti dai PN ISF e BMVI (OS3)
Accorciare la distanza tra istituzioni e società promuovendo la trasparenza, la semplicità di accesso, il dialogo e la partecipazione (OG3)	Incrementare l'informazione sui PN ISF e BMVI (OS1)
	Aumentare la motivazione e la mobilitazione nei confronti dei PN ISF e BMVI (OS2)
	Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti dai PN ISF e BMVI (OS3)
Rafforzare la rete di partenariato (OG5)	Far conoscere le opportunità di finanziamento e i risultati raggiunti dai PN ISF e BMVI (OS3)
	Rafforzare la collaborazione con i partner (OS6)
Semplicità, comprensibilità, familiarità (OG7)	Costruire un nuovo sistema identitario dei PN ISF e BMVI (OS7)
Migliorare la comunicazione di supporto ai beneficiari attuali (OG6)	Consolidare le attività di supporto e assistenza (OS4)
Interattività, partecipazione, trasparenza (OG8) coinvolgimento, collaborazione,	Sviluppare l'attività di informazione ed educazione per creare una maggiore consapevolezza. Creare una posizione paritaria e familiare per stimolare l'accesso a servizi (OS8)

Il Piano si propone di:

- rafforzare la comunicazione digitale;
- informare adeguatamente in merito ai PN ISF e BMVI e alle nuove opportunità ad essi connesse;
- creare nuovi canali di dialogo più vicini ai pubblici selezionati;
- migliorare le attività di dialogo con il partenariato e i beneficiari.

Il documento risponde al medesimo approccio adottato dalla struttura di coordinamento nazionale per le attività di comunicazione della politica di coesione del periodo 2021-2027 (art. 48 del Regolamento UE 2021/1060). Le linee guida elaborate in tale contesto consentono, infatti, di muoversi all'interno di un quadro logico unitario che garantisce la confrontabilità degli approcci strategici e delle pianificazioni esecutive.

2. La strategia di comunicazione per il 2025

Il quadro di riferimento del presente Piano di comunicazione (PdC) è costituito prioritariamente dalle norme comunitarie e nazionali in materia di informazione e pubblicità.

Il Piano tiene altresì conto degli obiettivi specifici delineati nella SdC pluriennale nonché dell'obiettivo di sviluppare la transizione della comunicazione dal vecchio al nuovo ciclo di programmazione in via principale attraverso il racconto dei risultati ottenuti e delle buone pratiche maturate nel 2014-2020.

Nel corso del 2025, primo anno post chiusura della precedente programmazione, il focus sarà sempre più orientato a informare i potenziali beneficiari e i portatori di interesse sugli obiettivi della programmazione 2021-2027, sulle nuove opportunità di finanziamento e sulle modalità di funzionamento dei Programmi.

Allo stesso tempo verrà intensificata l'azione nei confronti della cittadinanza, così da gettare le basi per una maggiore consapevolezza dei Programmi nei confronti del "grande pubblico".

Continuerà il processo di costruzione e promozione dell'identità dei Programmi cominciata nel corso del 2024 con l'obiettivo di creare un vero e proprio *brand*, noto e condiviso da tutti i pubblici di riferimento, anch'essi da identificare e "studiare" per calibrare canali e misure da adottare. Per completare la progettazione e realizzazione della nuova brand identity e del relativo logo, è prevista la progettazione e consegna del manuale dell'immagine coordinata, inizialmente prevista per il 2024. Questo consentirà di dare le corrette indicazioni di utilizzo di loghi per il materiale di informazione e comunicazione, oltre che per il materiale promozionale previsto.

Il manuale di immagine coordinata contiene anche una sezione dedicata agli obblighi di comunicazione dei beneficiari con la specifica dei diversi format per targhe, cartelloni, ecc.

3. Azioni e interventi

L'attività comunicativa per il 2025 si articolerà in una serie di azioni che accompagneranno l'attuazione dei PN sul territorio nazionale. Tali azioni saranno progettate in relazione agli obiettivi fissati e ai destinatari individuati, mediante l'utilizzo di strumenti e canali tradizionali e innovativi.

Le varie attività saranno accomunate dall'utilizzo di un linguaggio semplice, accessibile a tutti e privo di inutili tecnicismi o di codici burocratici. Verrà predisposta un'analisi del sito per le eventuali modifiche degli alberi di navigazione. Sarà progettato e realizzato un ciclo di podcast su temi connessi con i due PN.

Per terminare l'attività iniziata nel 2024 di progettazione e realizzazione di una nuova brand identity e del relativo logo è prevista la progettazione e la consegna del manuale dell'immagine coordinata.

In linea generale, l'attività di comunicazione per il 2025 procederà in parallelo con l'attuazione dei PN ISF e BMVI 23-27 e potrebbe, di conseguenza, essere oggetto di modifica.

Di seguito una presentazione delle macroazioni. Ogni azione prevede in sé diversi output e diverse gg/u, il cui dettaglio è contenuto nel Piano di lavoro annuale 2025.

PIANO DI COMUNICAZIONE	
Obiettivo di comunicazione	<i>Trasversale</i>
Pubblici di riferimento	<i>cittadini</i> <i>beneficiari attuali</i> <i>moltiplicatori dell'informazione</i> <i>stakeholder</i> <i>partner istituzionali</i>
Breve descrizione	<i>Aggiornamento del documento in base alle attività previste nell'anno in corso.</i>
Mezzi/strumenti/veicoli	<i>Pubblicazione sul sito web</i>
Periodo previsionale di realizzazione	<i>Marzo/aprile 2025</i>
Indicatori di realizzazione	<i>N. 1 piano di comunicazione annuale</i>

IDEA CREATIVA E BRAND IDENTITY	
Obiettivo di comunicazione	<i>OG 7</i>
Pubblici di riferimento	<i>cittadini</i> <i>beneficiari attuali</i> <i>moltiplicatori dell'informazione</i> <i>stakeholder</i> <i>partner istituzionali</i>
Breve descrizione	<i>Sarà portata a termine l'attività avviata nel 2024 che ha visto la progettazione e realizzazione della nuova brand identity e del relativo logo. Attualmente, per terminare l'attività correlata, è prevista la progettazione e la consegna del manuale dell'immagine coordinata. È prevista la realizzazione di 2 infografiche statiche e 11 card social.</i>
Mezzi/strumenti/veicoli	<i>Tutti i mezzi per i quali si riterrà necessario (sito web, account social, gadget, totem, roll up, ecc.)</i>
Periodo previsionale di realizzazione	<i>Giugno-ottobre</i>
Indicatori di realizzazione	<i>N. 2 infografiche statiche; n. 11 card social; n. 1 manuale di immagine coordinata</i>

SITO WEB	
Obiettivo di comunicazione	OG 1, 2, 3 e 7
Pubblici di riferimento	- cittadini - beneficiari potenziali - beneficiari attuali - moltiplicatori dell'informazione - stakeholder - partner istituzionali
Breve descrizione	Il sito web è lo strumento di comunicazione più importante, consente di rendere più rapida ed esaustiva l'informazione e la comunicazione relativa ai Programmi e di fornire informazioni specifiche su tutte le attività, i risultati, le attività di comunicazione e gli eventi. Oltre alla gestione ordinaria, verrà predisposta l'analisi del sito per le eventuali modifiche degli alberi di navigazione.
Mezzi/strumenti/veicoli	Sito web
Periodo previsionale di realizzazione	Aprile - dicembre
Indicatori di realizzazione	Numero di testi pubblicati (bandi, news, altri contenuti), numero di accessi unici, numero di pagine create, numero di pagine viste

CANALI SOCIAL	
Obiettivo di comunicazione	OG 1, 2, 3, 5 e 7
Pubblici di riferimento	- cittadini - beneficiari potenziali - beneficiari attuali - moltiplicatori dell'informazione - stakeholder - partner istituzionali
Breve descrizione	I canali social, Facebook e Instagram, sono stati aperti a novembre 2024. La gestione redazionale è ormai avviata e ogni settimana viene predisposto il PED che contiene tutti i post che verranno pubblicati nella settimana successiva. È stata predisposta una strategia editoriale ad hoc che accompagnerà il lavoro redazionale nel corso del 2025. Prevista la realizzazione di 1 video reel.

Mezzi/strumenti/veicoli	<i>Canali social</i>
Periodo previsionale di realizzazione	<i>Aprile-dicembre</i>
Indicatori di realizzazione	<i>Numero di account creati, numero di post pubblicati, numero di followers</i>

VIDEO E PRODOTTI MULTIMEDIALI	
Obiettivo di comunicazione	<i>OG 1, 3 e 7</i>
Pubblici di riferimento	<i>cittadini</i> <i>beneficiari potenziali</i> <i>beneficiari attuali</i> <i>moltiplicatori dell'informazione</i> <i>stakeholder</i> <i>partner istituzionali</i>
Breve descrizione	<i>Nel corso del 2025, sarà progettato e realizzato un ciclo di podcast su temi connessi con i due PN. L'attività è stata organizzata con output biennali, per cui nel 2025 si procederà con la realizzazione dei podcast che saranno rilasciati/pubblicati nel 2025 e nel 2026.</i>
Mezzi/strumenti/veicoli	<i>N. 1 ciclo di podcast</i>
Periodo previsionale di realizzazione	<i>Aprile - dicembre</i>
Indicatori di realizzazione	<i>Numero di podcast realizzati, numero di ascolti/download, numero di follower, durata media dell'ascolto, tasso di completamento degli episodi</i>

CAMPAGNE PUBBLICITARIE	
Obiettivo di comunicazione	<i>OG 1, 2 e 7</i>
Pubblici di riferimento	<i>cittadini</i> <i>beneficiari potenziali</i> <i>beneficiari attuali</i> <i>moltiplicatori dell'informazione</i> <i>stakeholder</i> <i>partner istituzionali</i>
Breve descrizione	<i>Saranno realizzate n. 2 campagne istituzionali di promozione dei Programmi. Nel periodo marzo-aprile 2025, sarà realizzato n. 1 spot</i>

	radiofonico da 30 secondi, inclusa ideazione e produzione (testi e musica). Saranno progettati anche: 2 piani di campagna pubblicitaria, 2 proposte creative, 2 report di chiusura sulle campagne. Saranno realizzate anche 2 campagne web, una a supporto dei podcast e una a sostegno della campagna istituzionale di lancio del video emozionale. Nel 2025 sarà avviato anche 1 progetto di content creation. La campagna di CC è fondamentale per intercettare il target giovani con un linguaggio chiaro e coinvolgente.
Mezzi/strumenti/veicoli	Campagna video Rai, campagna spot radio Rai, campagna content creation
Periodo previsionale di realizzazione	Febbraio-dicembre
Indicatori di realizzazione	Piano della campagna e report chiusura di campagna

EVENTI E INCONTRI	
Obiettivo di comunicazione	OG 1, 2, 3, 5 e 7
Pubblici di riferimento	- cittadini - beneficiari potenziali - beneficiari attuali - moltiplicatori dell'informazione - stakeholder - partner istituzionali
Breve descrizione	Nel corso del 2025 saranno realizzati n. 2 workshop tematici di cui il primo dedicato a sensibilizzare i beneficiari sull'importanza della collaborazione in materia di comunicazione e informazione, dando continuità al tavolo 3 avviato in occasione dell'evento di portata nazionale di novembre 2024, e un secondo workshop su temi individuati dal Committente, con finalità tecnico-informative; e n. 2 incontri ed eventi formativi dedicati ai n. 2 Comitato di Sorveglianza ISF e BMVI.
Mezzi/strumenti/veicoli	Tutti i mezzi per i quali si riterrà necessario (sito web, account social, ufficio stampa, ecc.)

Periodo previsionale di realizzazione	<i>I e III trimestre, mese di giugno</i>
Indicatori di realizzazione	<i>2 workshop e 2 incontri ed eventi formativi; per ogni evento sarà predisposto un questionario di gradimento per la restituzione di specifici dati di valutazione</i>

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE	
Obiettivo di comunicazione	<i>Trasversale</i>
Pubblici di riferimento	<i>cittadini</i> <i>beneficiari potenziali</i> <i>beneficiari attuali</i> <i>moltiplicatori dell'informazione</i> <i>stakeholder</i> <i>partner istituzionali</i>
Breve descrizione	<i>Nel 2025 si procederà con la rilevazione quantitativa dei dati per popolare tutti gli strumenti messi a punto nel 2024. Inoltre, saranno effettuate due indagini qualitative, una nel primo trimestre, con l'obiettivo di individuare la baseline, e una immediatamente successiva alla campagna istituzionale. Sarà prodotta anche la prima relazione annuale con i dati quantitativi raccolti a fine 2024.</i>
Mezzi/strumenti/veicoli	<i>Tutti i mezzi per i quali si riterrà necessario (sito web, account social, ufficio stampa, ecc.)</i>
Periodo previsionale di realizzazione	<i>Febbraio, I e III trimestre</i>
Indicatori di realizzazione	<i>2 analisi valutative, 2 rilevazioni quantitative, 1 relazione annuale</i>

4. Budget 2025

Il budget previsionale per la seconda annualità, da gennaio a dicembre 2025, ammonta a un totale di **459.230,80 €**.

Piano di lavoro annuale - GANTT

[illegible]