

PIANO ESECUTIVO ANNUALE DI COMUNICAZIONE

ANNO 2026

Programma Nazionale Cultura 2021- 2027

pncultura2127.cultura.gov.it



Il presente documento è soggetto a eventuali aggiornamenti e revisioni nel corso dell'attuazione del Programma.

Ogni modifica sarà tracciata nella tabella dello storico delle versioni.

| VERSIONE | DATA | OGGETTO DELLA REVISIONE |
|----------|---------------|-------------------------|
| 1.0 | Febbraio 2026 | Versione iniziale |

Indice

| | |
|---|----|
| Introduzione | 3 |
| 1.0. Obiettivi | 4 |
| 1.1. Obiettivo Generale (OG1). Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione | 4 |
| 1.2. Obiettivo Generale (OG2). Incrementare la conoscenza dei progetti | 5 |
| 1.3. Obiettivo Generale (OG3). Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di Coesione | 5 |
| 1.4. Obiettivo Generale (OG4). Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner | 6 |
| 2.0. Pubblico di riferimento | 8 |
| 3.0. Azioni e strumenti | 9 |
| 3.1. Seminari, workshop e webinar | 9 |
| 3.2. Sito Web | 11 |
| 3.3. Social media | 14 |
| 3.4. Materiale informativo, editoriale e promozionale | 16 |
| 3.5. Prodotti audio-video e multimediali (video) | 18 |
| 4.0. La comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica | 20 |
| 5.0. Cronoprogramma del Piano 2026 | 24 |
| 6.0. Budget previsionale | 27 |
| 7.0. Risorse umane e organizzative | 27 |
| 8.0. Quadro di sintesi del Piano di Comunicazione 2026 | 33 |
| 9.0. Monitoraggio e Valutazione del Piano | 35 |
| 10.0. Documenti di riferimento | 41 |

Introduzione

L’Autorità di Gestione (AdG) assicura la trasparenza e la visibilità degli interventi finanziati nell’ambito del Programma Nazionale Cultura 2021-2027, in conformità a quanto previsto dal Regolamento (UE) 2021/1060 e in coerenza con le Linee guida nazionali del Dipartimento per le Politiche di Coesione e per il Sud – Nucleo per le Politiche di Coesione (DPCoeS-NUPC), nonché con gli indirizzi definiti nella Strategia di comunicazione del Programma.

Il presente Piano Esecutivo di Comunicazione definisce la pianificazione delle attività di informazione, comunicazione e visibilità riferite all’annualità 2026, che rappresenta uno snodo rilevante nel ciclo di vita del Programma. Il 2026 si configura infatti come la fase di valorizzazione dello stato di attuazione dei progetti avviati e di consolidamento dell’identità del PN Cultura.

Se il 2025 è stato dedicato prevalentemente alla costruzione dell’impianto comunicativo, al rafforzamento delle capacità operative e al lancio delle opportunità di finanziamento, con un focus sull’informazione e sulla sensibilizzazione verso i Beneficiari, il 2026 segna un’evoluzione dell’approccio comunicativo. La strategia si orienta progressivamente verso una comunicazione di impatto, centrata sul racconto dell’attuazione e sui primi risultati, passando da una narrazione orientata al “cosa faremo” a una narrazione dimostrativa del “cosa stiamo realizzando e con quali effetti concreti sul territorio”.

La comunicazione non si limita alla descrizione amministrativa degli interventi finanziati, ma mira a rendere visibile e comprensibile l’impatto che le risorse europee stanno generando sui territori, sui beni culturali e sulle comunità locali, contribuendo a rafforzare la consapevolezza del valore aggiunto della Politica di Coesione.

Attraverso un approccio multicanale, coerente con la strategia nazionale di comunicazione unitaria, e mediante l’utilizzo di linguaggi e formati accessibili, il Piano 2026 intende rendere evidente ai cittadini il ruolo dell’Unione europea come attore strategico dello sviluppo culturale.

Nel seguito del documento è presentata la declinazione operativa delle azioni, degli strumenti e delle risorse previste per l’annualità 2026, strutturata per massimizzare la diffusione delle informazioni e la valorizzazione dei risultati raggiunti.

1.0. Obiettivi

In coerenza con le [Linee guida DPCoE-S-NUPC per la pianificazione delle attività di comunicazione, visibilità e trasparenza dei programmi della politica di coesione 2021-2027](#), il Piano Esecutivo di Comunicazione del PN Cultura anche per l'annualità 2026 assicura la coerenza tra gli **Obiettivi generali di comunicazione** previsti dal Programma e gli **Obiettivi specifici di comunicazione**, declinati nella [strategia di comunicazione](#).

1.1. Obiettivo Generale (OG1). Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione

Rafforzare la consapevolezza del valore aggiunto dell'intervento europeo nel settore culturale, rendendo comprensibile e visibile il ruolo del PN Cultura quale strumento di sviluppo territoriale e di coesione.

Obiettivi specifici (OS):

- **comunicare la strategia del Programma, le priorità, gli obiettivi e le azioni**, anche alla luce della riprogrammazione di medio termine (Mid-Term Review) definita nel corso del 2025;
- **comunicare le opportunità di finanziamento e di lavoro** (es. Avvisi di selezione) nell'ambito delle priorità del Programma;
- **contribuire alla diffusione della conoscenza degli strumenti finanziari (Azione 1.3.1. del Programma)**, anche attraverso la diffusione di uno spot dedicato all'Avviso pubblico "Cultura Cresce" con un linguaggio emozionale e privo di tecnicismi, prioritariamente sui canali web e social del Programma e, compatibilmente con la pianificazione media disponibile, eventualmente anche su circuiti televisivi RAI;
- **continuare a innovare il linguaggio istituzionale utilizzando un duplice registro comunicativo:** da un lato, un linguaggio tecnico e puntuale rivolto agli addetti ai lavori, necessario per la corretta comprensione degli aspetti regolamentari e procedurali; dall'altro, un linguaggio più accessibile e divulgativo, finalizzato a rendere comprensibili anche a un pubblico più ampio concetti tecnici e normativi (quali, ad esempio, "monitoraggio", "indicatori", "FESR", etc.) contribuendo a ridurre la distanza comunicativa tra istituzioni e cittadini;

- **garantire l'accessibilità internazionale del Programma**, mediante l'aggiornamento e la cura della versione in lingua inglese del sito web istituzionale, assicurando un adeguato livello di trasparenza informativa.

1.2. Obiettivo Generale (OG2). Incrementare la conoscenza dei progetti

Assicurare la massima diffusione delle informazioni relative ai progetti e, in generale, alle operazioni finanziarie, valorizzandone lo stato di avanzamento e le storie di successo attraverso un ecosistema informativo integrato.

Obiettivi specifici (OS):

- **integrare in maniera strutturata i canali di comunicazione** (sito web, newsletter e social media), secondo un percorso coerente e riconoscibile, i contenuti si rafforzano reciprocamente. In tale logica, il nuovo format “**Focus Progetti**” consentirà di attivare una narrazione multicanale, che vede la newsletter quale elemento centrale e di raccordo. Nella newsletter saranno infatti sviluppati contenuti organici e di approfondimento, anche rispetto a topic pubblicati sul sito web del Programma e amplificati attraverso contenuti dedicati sui canali social;
- **amplificare i messaggi relativi alle Operazioni di Importanza Strategica (OIS)** attraverso azioni di comunicazione dedicate nei canali digitali del PN Cultura 21-27;
- **rendere visibile lo stato di avanzamento dell'attuazione mediante il racconto visuale e narrativo dei progetti finanziati.** Il racconto si baserà su immagini, testimonianze dai territori, brevi resoconti e contenuti multimediali realizzati anche con il contributo dei Beneficiari, così da rendere tangibili i risultati raggiunti e il valore delle risorse investite.

1.3. Obiettivo Generale (OG3). Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di Coesione

Consolidare la percezione del Programma come motore di sviluppo culturale tangibile, capace di produrre effetti concreti e riconoscibili sui territori.

Obiettivi specifici (OS):

- **comunicare l'impatto concreto dei finanziamenti europei e nazionali**, valorizzando il ruolo dell'Unione europea non solo come soggetto finanziatore, ma come attore strategico della Politica

di Coesione, capace di generare benefici tangibili per i territori, i beni culturali, le imprese culturali e creative, i cittadini;

- **garantire il presidio della trasparenza**, attraverso l'aggiornamento costante del portale istituzionale con news, documenti, contenuti multimediali e manualistica operativa rivolta anche ai Beneficiari;
- **assicurare ai Beneficiari delle operazioni, incluse le Operazioni di Importanza Strategica (OIS), il trasferimento delle informazioni relative agli obblighi di informazione e visibilità**, anche mediante il Sistema di Gestione e Controllo (Si.Ge.Co.); supervisionarne l'applicazione e svolgere la funzione di raccordo con il Responsabile Unico Nazionale della Comunicazione 2021-2027 e la Commissione europea;
- **assicurare la partecipazione agli incontri con la Rete Nazionale Comunicatori e al Gruppo di Lavoro “ItaBarometro”**, promosso dalla Presidenza del Consiglio – DPCOeS e finalizzato a misurare, attraverso indagini campionarie, la percezione dei cittadini sull'efficacia delle politiche di coesione, fornendo elementi conoscitivi utili per l'eventuale ricalibrazione delle strategie comunicative.

1.4. Obiettivo Generale (OG4). Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner

Favorire un dialogo bidirezionale e continuativo con i Beneficiari, i partner istituzionali e i soggetti che svolgono un ruolo di moltiplicatori dell'informazione, al fine di rafforzare la partecipazione e la qualità dell'interazione con il Programma.

Obiettivi specifici (OS):

- **accrescere il livello di conoscenza e coinvolgimento degli stakeholder**, attraverso l'attivazione del canale LinkedIn ufficiale (a partire da marzo 2026), dedicato al target professionale e istituzionale e orientato al networking istituzionale e con i Beneficiari;
- **promuovere la partecipazione dei cittadini, anche attraverso la gestione dei canali social;**
- **amplificare i messaggi relativi alle iniziative di promozione, anche territoriale, delle opportunità di finanziamento condotte dai soggetti istituzionali** (es. nell'ambito dell'OP1, OP4);

- **supportare attivamente i Beneficiari per il rispetto degli obblighi di comunicazione e visibilità;**

l'azione di comunicazione viene rafforzata con un approccio ancora più proattivo e orientato alla prevenzione di criticità. L'obiettivo non è limitarsi alla mera produzione o messa a disposizione dei materiali, già in larga parte disponibili, anche mediante il portale OpenCoesione, ma potenziarne la conoscenza, la comprensione e il corretto utilizzo da parte dei Beneficiari. L'esperienza operativa dimostra infatti che, pur in presenza di linee guida e kit grafici pubblicati sul sito istituzionale, tali strumenti non sempre vengono intercettati o applicati correttamente, con conseguenti criticità che emergono nel corso delle verifiche di gestione nell'ambito della struttura dell'Autorità di Gestione. In tale contesto, il supporto ai Beneficiari si configura come una vera e propria **azione di accompagnamento**, articolata su più livelli:

- **rafforzamento della promozione e diffusione degli strumenti operativi (c.d. toolkit per i Beneficiari)**, attraverso iniziative mirate a spiegare in modo chiaro e concreto dove reperire i materiali e come utilizzarli correttamente (es. cartelli di cantiere, loghi, locandine progetti, avvisi, QR code, etc.);
- **realizzazione di un video-tutorial dedicato**, con finalità esplicative e dimostrative, che accompagni i Beneficiari nella consultazione del sito web e illustri in modo pratico le modalità di applicazione delle Linee guida sulla visibilità;
- **riorganizzazione della sezione dedicata del sito web**, anche mediante collegamenti a portali istituzionali di riferimento (es. OpenCoesione), per rendere più immediato e intuitivo l'accesso ai materiali e alle informazioni.

Nel complesso, l'azione mira a superare una logica di comunicazione passiva, basata sulla sola disponibilità dei documenti, per adottare un modello di accompagnamento volto a supportare attivamente i Beneficiari, al fine di garantire il pieno rispetto degli obblighi di comunicazione e visibilità previsti dalla normativa. Verranno pertanto messe in campo competenze specialistiche e strumenti operativi integrati al fine di rendere sempre più efficaci le attività protratte per raggiungere efficacemente gli obiettivi specifici di comunicazione che il PN Cultura si è prefissato per l'intero ciclo di programmazione.

2.0. Pubblico di riferimento

La comunicazione del PN Cultura 2021-2027 si rivolge a un pubblico ampio e diversificato, interessato ai temi della cultura e, più in generale, agli ambiti di intervento del Programma.

In particolare, le attività di comunicazione riguardano le principali tematiche di intervento del PN Cultura, tra cui:

- l'ampliamento dei servizi digitali a beneficio dei luoghi della cultura, con particolare riferimento ai cosiddetti luoghi della cultura "minori";
- la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle PMI e dei soggetti del Terzo Settore, associazioni e fondazioni che svolgono attività economica nei settori culturali e creativi;
- l'efficientamento energetico dei luoghi della cultura pubblici;
- la prevenzione e messa in sicurezza dei luoghi della cultura dal rischio sismico e adattamento ai cambiamenti climatici;
- l'efficientamento della gestione delle risorse idriche nei parchi e giardini storici;
- la realizzazione di infrastrutture di ricarica per veicoli alimentati ad energia elettrica in aree nella disponibilità dei luoghi della cultura;
- la rivitalizzazione e rifunzionalizzazione dei luoghi della cultura pubblici per l'ampliamento della partecipazione culturale e progetti locali di rigenerazione a base culturale.

Il pubblico del Piano comprende i seguenti target principali:

- **potenziali Beneficiari / destinatari finali**, ovvero i soggetti a cui sono rivolte le procedure di selezione (es. Avvisi pubblici, etc.) previste nell'ambito del Programma;
- **Beneficiari / destinatari finali effettivi**, ossia i soggetti "attuatori" delle operazioni finanziate, ai quali devono essere garantite informazioni puntuali e aggiornate sugli adempimenti e sugli obblighi previsti lungo l'intero ciclo di vita del progetto/operazione, dall'ammissione a finanziamento alla rendicontazione finale, dagli obblighi di informazione e comunicazione alle attività di controllo e conservazione della documentazione;
- **stakeholder di settore**, inclusi enti, associazioni e reti nazionali operanti negli ambiti della cultura, della creatività, della valorizzazione del patrimonio e dello sviluppo territoriale;

- **grande pubblico**, inteso come l'insieme dei cittadini non direttamente coinvolti nell'attuazione dei progetti e, più in generale, delle operazioni, ma potenzialmente interessati ai risultati del Programma, che vengono informati e sensibilizzati sull'evoluzione e sull'impatto del PN Cultura 2021-2027.

I messaggi della comunicazione e il tone of voice, in continuità con le annualità precedenti, sono calibrati in funzione dei destinatari: per i Beneficiari/destinatari finali (potenziali e effettivi), la comunicazione adotta un linguaggio tecnico, puntuale e dettagliato, adeguato a illustrare procedure di finanziamento, adempimenti amministrativi e obblighi regolamentari; per il grande pubblico, la comunicazione utilizza un linguaggio accessibile, chiaro e divulgativo, con un approccio coinvolgente e ispirazionale, finalizzato a rendere comprensibili i benefici concreti generati dal Programma sui territori e a promuovere la partecipazione culturale.

3.0. Azioni e strumenti

Le azioni di comunicazione previste per l'annualità 2026 si concentrano sulla realizzazione di attività fondate su un **ecosistema integrato di strumenti di comunicazione**, progettato per coinvolgere in modo mirato i diversi target di riferimento e per ottimizzare il raggiungimento degli obiettivi strategici del Piano.

3.1. Seminari, workshop e webinar

Conclusa la formazione biennale (2024-2025) dal titolo: "*Il ciclo di programmazione 2021-2027 nell'ambito delle politiche di sviluppo e coesione: elementi per la gestione dei processi e controllo*", curata dall'Autorità di Gestione in raccordo con la DG Organizzazione e Risorse Umane, che ha visto, tra gli altri, anche un modulo dedicato al tema della Comunicazione nell'ambito del PN Cultura 21-27, le attività di incontro, formazione e confronto del PN Cultura si evolvono. La comunicazione in presenza e a distanza assume un ruolo strategico nel supporto operativo ai Beneficiari e nella valorizzazione dello stato di attuazione dei progetti. L'obiettivo è duplice: da un lato, supportare i Beneficiari nell'attuazione dei progetti, fornendo strumenti pratici e chiarimenti operativi in relazione alle azioni di comunicazione e visibilità; dall'altro, informare gli stakeholder sui primi risultati tangibili generati dai finanziamenti, contribuendo a rendere visibile l'impatto del Programma.

In questo quadro, sono previste diverse tipologie di intervento:

- **Partecipazione a iniziative di rilievo istituzionale:** il PN Cultura 2021-2027 parteciperà a iniziative, quali Forum PA, dedicati all'innovazione della Pubblica Amministrazione, alle politiche pubbliche e ai Fondi europei. La partecipazione a tali contesti rappresenta una leva strategica di comunicazione e visibilità, in quanto consente di intercettare un pubblico qualificato composto da amministrazioni pubbliche, stakeholder istituzionali, operatori del settore e professionisti coinvolti nell'attuazione delle politiche di coesione. Questa tipologia di presenza permette di rafforzare il posizionamento del Programma all'interno del dibattito nazionale sulle politiche pubbliche, favorendo la diffusione delle informazioni sulle opportunità di finanziamento, lo scambio di buone pratiche e la valorizzazione dei primi risultati dell'attuazione. Al contempo, costituisce un'occasione per promuovere una narrazione concreta e accessibile del contributo del PN Cultura allo sviluppo territoriale e alla modernizzazione del settore culturale. La partecipazione a eventi di alto profilo contribuisce inoltre a rafforzare la trasparenza e la riconoscibilità del Programma, ad ampliare la platea dei potenziali Beneficiari e a consolidare il ruolo del PN Cultura nel quadro più ampio della Politica di Coesione, in coerenza con le strategie nazionali di comunicazione unitaria;
- **Partecipazione agli incontri con la Rete dei Comunicatori:** il Programma continuerà a partecipare attivamente ai seminari e ai tavoli di confronto della Rete Nazionale dei Comunicatori INFORM ITA e, se del caso, con la rete europea INFORM EU, favorendo lo scambio di buone pratiche e l'allineamento con la Strategia nazionale di comunicazione unitaria. Inoltre, verrà assicurata la partecipazione nell'ambito del Gruppo di Lavoro "ItaBarometro";
- **Collaborare alla definizione dei webinar** rivolti ai Beneficiari del PN Cultura 21-27 per l'utilizzo del sistema informativo gestionale **Regis Coesione**;
- Definizione di **webinar** connessi all'attivazione di **nuove opportunità di finanziamento** nell'ambito del Programma;
- **Rafforzamento della promozione e diffusione degli strumenti operativi (c.d. toolkit per i Beneficiari)**, attraverso iniziative mirate (es. webinar) a spiegare in modo chiaro e concreto dove reperire i materiali e come utilizzarli correttamente (es. cartelli di cantiere, loghi, locandine progetti, avvisi, QR code, etc.);

| AZIONE DI COMUNICAZIONE Seminari, workshop e webinar | |
|---|--|
| Obiettivo di comunicazione | OG1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione OG3. Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di Coesione OG4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner |
| Pubblico di riferimento | Beneficiari (potenziali ed effettivi) Stakeholder di settore |
| Breve descrizione | <p>Le attività di incontro, formazione e confronto del PN Cultura si evolvono. L'obiettivo è duplice: da un lato, supportare i Beneficiari nell'attuazione dei progetti, fornendo strumenti pratici e chiarimenti operativi in relazione alle azioni di comunicazione e visibilità; dall'altro, informare gli stakeholder sui primi risultati tangibili generati dai finanziamenti, contribuendo a rendere visibile l'impatto del Programma. Sono previste le seguenti iniziative:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ partecipazione a iniziative di rilievo istituzionale ▪ partecipazione agli incontri con la Rete dei Comunicatori ▪ collaborare alla definizione dei webinar Regis Coesione ▪ definizione dei webinar connessi alle nuove opportunità di finanziamento ▪ rafforzamento della promozione e diffusione degli strumenti operativi (c.d. toolkit per i Beneficiari), attraverso iniziative mirate (es. webinar). |
| Mezzi/strumenti/veicoli | Piattaforme di webinar o di comunicazione e collaborazione (es. Teams) e canali digitali del PN Cultura 21-27 |
| Budget previsionale | € 11.340,00 |
| Periodo previsionale di realizzazione | Intera annualità 2026 |
| Soggetto Attuatore | Autorità di Gestione con il supporto dell'Assistenza Tecnica |
| Indicatori di realizzazione | ISOCOM_1IT |

Tabella 1. Azione di comunicazione | Seminari, workshop e webinar

3.2. Sito Web

Il portale istituzionale del PN Cultura (pncultura2127.cultura.gov.it) continuerà a rappresentare il principale hub informativo del Programma, garantendo un presidio costante e qualificato attraverso:

- **pubblicazione periodica di news, documenti e aggiornamenti** relativi allo stato di attuazione del Programma;
- **produzione e diffusione di contenuti di approfondimento**, di carattere testuale e/o multimediale;
- aggiornamento periodico del **calendario di preavviso e delle opportunità di finanziamento/di lavoro**;
- aggiornamento periodico dell'**elenco dei Beneficiari e delle operazioni ammesse a finanziamento**, anche mediante il link diretto al portale OpenCoesione;
- aggiornamento periodico della sezione dedicata alle **Operazioni di Importanza Strategica**;
- aggiornamento degli **strumenti operativi (c.d. toolkit) per i Beneficiari**, anche mediante il Sistema di Gestione e Controllo (Si.Ge.Co.) e il link diretto al portale OpenCoesione; riordino dei contenuti sul sito istituzionale per facilitare la consultazione e l'utilizzo dei materiali da parte dei Beneficiari;
- supporto al **Comitato di Sorveglianza** del Programma, anche mediante l'aggiornamento della **sezione dedicata del sito e della relativa area riservata**;
- **presidio ed aggiornamento della versione del sito in lingua inglese**;
- **riordino e/o implementazione di alcune sezioni del sito**, al fine di migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente e la consultazione del materiale;
- **gestione e manutenzione del sito**;
- **analisi e elaborazione dei dati** tramite l'elaborazione di dashboard dinamiche, indicatori di performance (KPI) e reportistica evoluta, a supporto del monitoraggio strategico e della comunicazione istituzionale del Piano. Si prevede, in particolare, l'integrazione di contenuti basati sui dati di monitoraggio, presentati in forma chiara e accessibile e la pubblicazione di indicatori sintetici e visualizzazioni grafiche sull'avanzamento fisico e finanziario delle operazioni.

| AZIONE DI COMUNICAZIONE | |
|----------------------------|---|
| Sito Web | |
| Obiettivo di comunicazione | |
| | OG1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione OG2. Incrementare la conoscenza dei progetti OG3. Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di Coesione |

| | |
|--|---|
| | OG4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner |
| Pubblico di riferimento | Beneficiari e destinatari finali (potenziali ed effettivi) Stakeholder di settore Grande pubblico |
| Breve descrizione | <p>Il portale istituzionale del PN Cultura continuerà a rappresentare il principale hub informativo del Programma, garantendo un presidio costante e qualificato. Sono previste le seguenti iniziative:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pubblicazione periodica di news, documenti e aggiornamenti relativi allo stato di attuazione del Programma ▪ produzione e diffusione di contenuti di approfondimento, di carattere testuale e/o multimediale ▪ aggiornamento periodico del calendario di preavviso e delle opportunità di finanziamento/di lavoro ▪ aggiornamento periodico dell'elenco dei Beneficiari e delle operazioni ammesse a finanziamento ▪ aggiornamento periodico della sezione dedicata alle Operazioni di Importanza Strategica ▪ aggiornamento degli strumenti operativi (c.d. toolkit) per i Beneficiari ▪ supporto al Comitato di Sorveglianza del Programma, anche mediante l'aggiornamento della sezione dedicata del sito e della relativa area riservata ▪ presidio ed aggiornamento della versione del sito in lingua inglese ▪ riordino e/o implementazione di alcune sezioni del sito, al fine di migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente e la consultazione del materiale ▪ gestione e manutenzione del sito ▪ analisi e elaborazione dei dati tramite l'elaborazione di dashboard dinamiche, indicatori di performance (KPI) e reportistica evoluta |
| Mezzi/strumenti/veicoli | Sito web istituzionale del PN Cultura 21-27 |
| Budget previsionale | € 110.231,25 |
| Periodo previsionale di realizzazione | Intera annualità 2026 |
| Soggetto Attuatore | Autorità di Gestione con il supporto dell'Assistenza Tecnica |
| Indicatori di realizzazione | ISOCOM_1IT |

Tabella 2. Azione di comunicazione | Web

3.3. Social media

La gestione dei canali social del PN Cultura entrerà a pieno regime attraverso l'adozione di un **Piano Editoriale strutturato**, che prevede, in generale, la pubblicazione di un contenuto settimanale. L'approccio alla comunicazione social evolverà progressivamente verso una strategia organica e orientata alla costruzione di valore. Il Piano Editoriale rappresenta uno strumento centrale per **governare i flussi comunicativi**, consentendo di pianificare nel tempo le pubblicazioni, garantire coerenza narrativa e visiva, rafforzare l'identità del Programma ed evitare forme di comunicazione estemporanea. In questo quadro, i contenuti social saranno pensati non solo come **veicolo informativo**, ma come **leve di coinvolgimento**, capaci di favorire la crescita di una community attiva e partecipe, stimolare il dialogo con cittadini, Beneficiari e stakeholder e consolidare la riconoscibilità del PN Cultura e, più in generale, della Politica di Coesione. I canali social opereranno all'interno di un **ecosistema di comunicazione integrato**, in costante dialogo con il sito web e la newsletter, contribuendo a una diffusione coerente e coordinata dei messaggi istituzionali. In questo contesto, sarà attivato altresì il **profilo LinkedIn ufficiale del PN Cultura**, dedicato in modo specifico al target professionale e istituzionale e agli stakeholder di settore. Il canale sarà orientato alla diffusione di contenuti a maggiore valore informativo e alla valorizzazione delle opportunità e dei risultati del Programma, anche in un'ottica di moltiplicazione della diffusione delle informazioni.

La narrazione del Programma si articherà attraverso nuovi filoni comunicativi, come:

- **rubriche tematiche**, dedicate anche alla divulgazione del contesto strategico del **Programma, Priorità, Obiettivi e Azioni e Opportunità di finanziamento** raccontati con un linguaggio accessibile e orientato alla semplificazione, al fine di rendere comprensibili anche i contenuti più tecnici e rafforzare la consapevolezza del valore generato dagli interventi finanziati;
- **rubrica social “vocabolario della Coesione”**, con l'obiettivo di rendere il linguaggio della Politica di Coesione più comprensibile e accessibile ai cittadini;
- **storytelling dell'attuazione**, i canali social saranno utilizzati per raccontare l'impatto concreto dei progetti e, più in generale, delle operazioni finanziate, attraverso format semplici e immediati, basati su immagini e brevi resoconti dai territori. I contenuti mostreranno lo stato di avanzamento degli interventi e i primi risultati concreti.

A supporto di questa strategia proiettata verso l'esterno, è prevista l'attivazione di **campagne Facebook di advertising mirate**, finalizzate ad ampliare la platea dei destinatari, intercettare nuovi target di interesse e aumentare la visibilità e l'impatto delle azioni di comunicazione del Programma. Tra le campagne di advertising si prevede l'attivazione di una **campagna ADS su Facebook dello spot social "Cultura Cresce"** (Azione 1.3.1. del Programma) sviluppata su un orizzonte temporale plurimensile.

Si prevede, inoltre, di dare **risalto e supporto divulgativo**, tramite il rilancio sui social, **ai webinar ed alle iniziative di promozione, anche territoriale, condotte dai soggetti istituzionali** nell'ambito del Programma (es. OP1, OP4), rivolte ai Beneficiari e destinatari finali (potenziali ed effettivi).

Inoltre, le attività di comunicazione sui canali social del Programma saranno supportate da **contenuti informativi derivanti dai dati di monitoraggio**, opportunamente rielaborati in chiave divulgativa.

Indicatori di avanzamento, risultati intermedi e informazioni aggregate sull'attuazione del Programma potranno essere valorizzati attraverso format visuali e infografiche. **L'integrazione tra dati gestionali e strumenti di analisi** consentirà, inoltre, di **monitorare il livello di diffusione dei contenuti e il raggiungimento dei principali stakeholder del Programma**, supportando la valutazione dell'efficacia delle azioni di comunicazione e l'eventuale affinamento dei messaggi e dei canali utilizzati.

| AZIONE DI COMUNICAZIONE Social media | |
|---|---|
| Obiettivo di comunicazione | OG1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione OG2. Incrementare la conoscenza dei progetti OG4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner |
| Pubblico di riferimento | Beneficiari e destinatari finali (potenziali ed effettivi) Stakeholder di settore Grande pubblico |
| Breve descrizione | La gestione dei canali social del PN Cultura entrerà a pieno regime attraverso l'adozione di un Piano Editoriale strutturato. Sono previste le seguenti iniziative: <ul style="list-style-type: none">▪ rubriche tematiche, dedicate anche alla divulgazione del contesto strategico del Programma, Priorità, Obiettivi e Azioni e Opportunità di finanziamento raccontati con un linguaggio accessibile e orientato alla semplificazione |

| AZIONE DI COMUNICAZIONE | |
|--|---|
| Social media | |
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ rubrica social “vocabolario della Coesione”, con l’obiettivo di rendere il linguaggio della Politica di Coesione più comprensibile e accessibile ai cittadini ▪ storytelling dell’attuazione, i canali social saranno utilizzati per raccontare l’impatto concreto dei progetti e, più in generale, delle operazioni finanziate, attraverso format semplici e immediati, basati su immagini e brevi resoconti dai territori ▪ attivazione profilo LinkedIn ▪ attivazione campagne Facebook di advertising ▪ dare risalto e supporto divulgativo ai webinar ed alle iniziative di promozione, anche territoriale, condotte dai soggetti istituzionali nell’ambito del Programma (es. OP1, OP4) ▪ gestione dei canali social; ▪ integrazione dei contenuti social con dati di monitoraggio opportunamente elaborati; ▪ monitoraggio del livello di diffusione dei contenuti e del raggiungimento dei principali stakeholder. |
| Mezzi/strumenti/veicoli | Instagram, Facebook, LinkedIn |
| Budget previsionale | € 128.068,75 |
| Periodo previsionale di realizzazione | Intera annualità 2026 |
| Soggetto Attuatore | Autorità di Gestione con il supporto dell’Assistenza Tecnica |
| Indicatori di realizzazione | ISOCOM_1IT e ISRCOM_1IT |

Tabella 3. Azione di comunicazione | Social media

3.4. Materiale informativo, editoriale e promozionale

Per l’annualità 2026, la produzione di materiali informativi, editoriali e promozionali è orientata alla valorizzazione dello stato di attuazione del Programma e alla costruzione di un ecosistema informativo integrato favorendo trasparenza ed engagement. Si prevede di realizzare:

- **Materiale editoriale.** Confermata la centralità della **Newsletter** del PN Cultura 21-27, finalizzata a informare il pubblico sullo stato di avanzamento del Programma e su tematiche correlate di interesse, quali la Politica di Coesione nazionale ed europea, il PNRR e gli Affari europei. La newsletter verrà arricchita, secondo:

- **format “Focus Progetti”**: ogni numero includerà una rubrica dedicata al racconto di uno dei progetti e, più in generale, delle operazioni finanziate, attraverso brevi resoconti sullo stato di avanzamento e, nel caso, immagini fornite direttamente dai Beneficiari (es. avvio dei cantieri);
 - **integrazione multicanale**: la newsletter fungerà da snodo di raccordo tra i canali social, sui quali saranno pubblicati contenuti teaser, e il sito web istituzionale.
- **Materiale informativo/promozionale** in relazione allo stato di attuazione del Programma e delle correlate opportunità di finanziamento.
 - **Materiale informativo** per il **Comitato di Sorveglianza**, con la realizzazione di prodotti grafici come kit dedicati.

| AZIONE DI COMUNICAZIONE | |
|--|---|
| Materiale informativo, editoriale e promozionale | |
| Obiettivo di comunicazione | OG1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione OG2. Incrementare la conoscenza dei progetti OG4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner |
| Pubblico di riferimento | Beneficiari e destinatari finali (potenziali ed effettivi) Stakeholder di settore Grande pubblico |
| Breve descrizione | Per l'annualità 2026, la produzione di materiali informativi, editoriali e promozionali è orientata alla valorizzazione dello stato di attuazione del Programma e alla costruzione di un ecosistema informativo integrato favorendo trasparenza ed engagement. Si prevede di realizzare: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Materiale editoriale. Confermata la centralità della Newsletter del PN Cultura 21-27 che verrà arricchita, secondo il format “Focus Progetti” e l'integrazione multicanale ▪ Materiale informativo/promozionale in relazione allo stato di attuazione del Programma e delle opportunità di finanziamento ▪ Materiale informativo per il Comitato di Sorveglianza, con la realizzazione di prodotti grafici come kit dedicati |
| Mezzi/strumenti/veicoli | Diffusione on line sui canali digitali del PN Cultura 21-27 |
| Budget previsionale | € 30.876,00 |

| | |
|--|--|
| Periodo previsionale di realizzazione | Intera annualità 2026 |
| Soggetto Attuatore | Autorità di Gestione con il supporto dell'Assistenza Tecnica |
| Indicatori di realizzazione | ISOCOM_1IT |

Tabella 4. Azione di comunicazione | Materiale informativo, editoriale e promozionale

3.5. Prodotti audio-video e multimediali (video)

La pianificazione prevede un utilizzo strategico dei canali web e social del Programma, con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica attraverso lo storytelling accessibile. Le attività si concentreranno sulle seguenti azioni principali:

- **spot istituzionale relativo all'opportunità di finanziamento (Avviso) "Cultura Cresce"**, nell'ottica di agire in un ecosistema integrato, si prevede:
 - **diffusione multicanale**: lo spot, realizzato a dicembre 2025, sarà diffuso, nei diversi formati disponibili, sui canali digitali e social del Programma. Nel 2026 verrà realizzato uno spot istituzionale per la diffusione sulle reti televisive nazionali (RAI), compatibilmente con la pianificazione media disponibile, al fine di ampliare la platea di riferimento e rafforzare la visibilità del Programma;
 - **attivazione di una video-card**: realizzazione di brevi contenuti video dinamici in loop, progettati per la visualizzazione social, al fine di massimizzare l'impatto visivo delle singole misure e dei messaggi chiave.
- **contenuti social dinamici (video-card)**: video-card progettate per catturare rapidamente l'attenzione degli utenti al fine di incrementare l'engagement sui canali social;

Inoltre, con riferimento ai Beneficiari è previsto:

- **realizzazione di un video-tutorial dedicato**, con finalità esplicative e dimostrative, che accompagni i Beneficiari nella consultazione del sito web e del toolkit di comunicazione, illustrando in modo pratico le modalità di applicazione;
- **storytelling dai territori**, i contenuti video realizzati con la collaborazione dai Beneficiari rappresentano una componente rilevante della strategia audiovisiva e saranno valorizzati attraverso i canali ufficiali del Programma, contribuendo a raccontare in modo autentico e diretto

come le risorse europee stiano trasformando il settore culturale e creativo e i contesti locali delle regioni del Mezzogiorno.

| AZIONE DI COMUNICAZIONE | |
|--|---|
| Prodotti audio-video e multimediali (video) | |
| Obiettivo di comunicazione | OG1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione OG2. Incrementare la conoscenza dei progetti OG4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner |
| Pubblico di riferimento | Beneficiari e destinatari finali (potenziali ed effettivi) Stakeholder di settore Grande pubblico |
| Breve descrizione | <p>La pianificazione prevede un utilizzo strategico dei canali digitali del Programma, con l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica attraverso lo storytelling accessibile. Le attività si concentreranno sulle seguenti azioni principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ diffusione dello spot istituzionale relativo all'opportunità di finanziamento (Avviso) "Cultura Cresce" sui canali digitali del PN Cultura e produzione video per la diffusione televisiva; ▪ contenuti social dinamici (video-card): video-card progettate per catturare rapidamente l'attenzione degli utenti al fine di incrementare l'engagement sui canali social; ▪ realizzazione di un video-tutorial dedicato, con finalità esplicative e dimostrative, che accompagni i Beneficiari nella consultazione del sito web e del toolkit di comunicazione, illustrando in modo pratico le modalità di applicazione; ▪ storytelling dai territori, i contenuti video realizzati con la collaborazione dai Beneficiari |
| Mezzi/strumenti/veicoli | Canali digitali del PN Cultura 21-27 |
| Budget previsionale | € 54.484,00 |
| Periodo previsionale di realizzazione | Intera annualità 2026 |
| Soggetto Attuatore | Autorità di Gestione con il supporto dell'Assistenza Tecnica |
| Indicatori di realizzazione | ISOCOM_1IT |

Tabella 5. Azione di comunicazione | Prodotti audio-video e multimediali

4.0. La comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica

Ai sensi dell'art. 2 punto 5 del Regolamento (UE) 2021/1060 l'Operazione di Importanza Strategica (OIS) è definita come segue: "**operazione che fornisce un contributo significativo al conseguimento degli obiettivi di un programma e che è soggetta a particolari misure di sorveglianza e comunicazione**". La rilevanza dell'OIS nel realizzare gli obiettivi di policy evidenzia una certa potenzialità nella valorizzazione degli investimenti realizzati, ma anche e soprattutto nel miglioramento della reputazione e della percezione della politica di coesione e della stessa azione di sostegno dell'Unione europea verso i territori degli Stati membri. Non è, dunque, la mera dimensione finanziaria a rendere l'operazione rilevante dal punto di vista strategico, ma la sua capacità di impatto sul territorio (es. sistematicità, capacità di attivare leve di sviluppo, peso specifico come leva abilitante, innovatività, impatto sulla componente di transizione verde o digitale, etc)¹.

Secondo le Linee Guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, l'**Autorità di Gestione** è tenuta:

- ad **includere le OIS** nell'**Appendice 3 del Programma**, in fase di presentazione del medesimo nel sistema SFC²;
- a **comunicare le OIS**, entro un mese dalla selezione, alla Commissione europea, per il tramite del **sistema SFC**, allegando il documento .pdf generato automaticamente a seguito della compilazione del **form on line** a cura del Beneficiario (se diverso dall'Autorità di Gestione)³;
- ad **assicurare che l'avanzamento delle Operazioni di Importanza Strategica sia sottoposto all'esame del Comitato di Sorveglianza**. Si tratta di includere, in ciascun Comitato di Sorveglianza, un punto specifico all'ordine del giorno che possa consentire l'esame di una o più Operazioni di Importanza Strategica previste nel Programma, non solo al fine di garantire la massima trasparenza, ma anche di attivare possibili azioni di scambio e interazione sull'andamento di tali operazioni. Le informative dei CDS dovranno essere trasmesse sempre al Responsabile unico per

¹ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pagg. 5-6.

² DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 8.

³ Con la compilazione e l'invio del form, il coordinamento riceve in tempo reale tutte le informazioni relative all'Operazione. L'interessato, invece, riceve automaticamente a mezzo e-mail una versione *.pdf della scheda già pronta per il caricamento sul sistema SFC della Commissione europea. Laddove il beneficiario coincide con l'Autorità di Gestione del Programma, il file ricevuto via email è già pronto per il caricamento in SFC. Laddove, invece, il beneficiario non coincide con l'Autorità di Gestione, sarà cura del beneficiario medesimo trasmetterlo a mezzo e-mail all'Autorità di Gestione del Programma di riferimento ai fini del caricamento in SFC. DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pagg. 10-11.

- la comunicazione anche per consentire il tempestivo aggiornamento dell'informativa da trasmettere alla Commissione europea da parte dello Stato membro e da tenere all'interno della riunione di riesame annuale della performance⁴;
- ad **assicurarne la massima visibilità** anche fungendo, per il tramite dei responsabili della comunicazione dei singoli Programmi, **da elemento connettore** verso il **Responsabile unico nazionale** delle informazioni disponibili presso i Beneficiari, nonché **vigilando e trasferendo** verso questi i relativi **obblighi di comunicazione e visibilità**⁵;
 - a **sostenere azioni di comunicazione** dedicate ad **amplificare i messaggi** relativi a una o più Operazioni di Importanza Strategica con azioni dedicate, con la valorizzazione e l'invito di Beneficiari a eventi organizzati direttamente dall'Autorità di Gestione, oltre che **coinvolgendo** le Operazioni di Importanza Strategica **nella comunicazione quotidiana dei propri canali digitali** e sul Portale unico nazionale⁶;
 - a **garantire**, ai sensi dell'art. 49 paragrafo 6 del Reg. (UE) 2021/1060, che il **materiale di comunicazione e visibilità, anche a livello dei Beneficiari, sia messo a disposizione della Commissione europea e del Responsabile unico nazionale**, su richiesta, e senza tuttavia comportare costi aggiuntivi significativi o un onere amministrativo significativo per i Beneficiari o per l'Autorità di Gestione⁷;
 - ad **implementare una sezione specifica del sito del Programma** sulle **Operazioni di Importanza Strategica**. Questa sezione dovrebbe essere sempre accessibile dal primo livello di navigazione (home page) e contenere sia l'elenco navigabile, filtrabile e in formato aperto delle OIS, sia una presentazione di ciascuna OIS sotto forma di scheda multimediale contenente i seguenti campi e contenuti minimi in almeno due lingue⁸.

Secondo le Linee Guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, i **Beneficiari** sono tenuti⁹:

⁴ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 10.

⁵ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 13.

⁶ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 14.

⁷ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 14.

⁸ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 14.

⁹ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 15.

- ad **adempiere**, ai sensi dell'art. 50 paragrafo 1 del Regolamento (UE) 2021/1060, alla necessità di **rendere riconoscibile il sostegno fornito dai fondi all'operazione**, incluse le Operazioni di Importanza Strategica;
- a **compilare il form on line** con il set dati richiesti per il censimento delle Operazioni di Importanza Strategica e a inviare il documento generato dal sistema in formato .pdf all'Autorità di Gestione al fine del caricamento nel sistema SFC della Commissione europea¹⁰;
- ad **organizzare**, ai sensi dell'art. 50 paragrafo 1 lettera e) del Regolamento (UE) 2021/1060, per le **Operazioni di Importanza Strategica e le operazioni il cui costo totale supera i 10 milioni di euro, un evento o un'attività di comunicazione, come opportuno, e coinvolgendo in tempo utile la Commissione e l'Autorità di Gestione** responsabile, oltre che **il Responsabile Unico nazionale per la comunicazione** per il tramite dell'Autorità di Gestione;
- assicurare il massimo **aggiornamento e inserimento delle informazioni necessarie all'Autorità di Gestione** per popolare la propria area web relativa alle Operazioni di Importanza Strategica.

I **Beneficiari** possono **operare** secondo i seguenti strumenti operativi:

- il [toolbox](#) messo a disposizione dalla Commissione europea;
- le [Linee guida per la comunicazione delle OIS 2021-2027](#) pubblicate sul sito Opencoesione.

Considerato il fatto che in Italia le OIS e le Operazioni > 10M€ a livello nazionale vengono completamente equiparate, il confronto interno alla Rete nazionale dei comunicatori INFORM ITA avviato a maggio 2023 ha portato a indicare il termine di **Progetti Europa 27** per la comunicazione pubblica di queste operazioni e per l'organizzazione di eventi e iniziative¹¹.

¹⁰ Con la compilazione e l'invio del form, il coordinamento riceve in tempo reale tutte le informazioni relative all'Operazione. L'interessato, invece, riceve automaticamente a mezzo e-mail una versione *.pdf della scheda già pronta per il caricamento sul sistema SFC della Commissione europea. Laddove il beneficiario coincide con l'Autorità di Gestione del Programma, il file ricevuto via email è già pronto per il caricamento in SFC. Laddove, invece, il beneficiario non coincide con l'Autorità di Gestione, sarà cura del beneficiario medesimo trasmetterlo a mezzo e-mail all'Autorità di Gestione del Programma di riferimento ai fini del caricamento in SFC. DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pagg. 10-11.

¹¹ DPCOeS-NUPC. Linee guida per la Comunicazione delle OIS 2021-2027, pag. 12.

Nell'ambito del PN cultura 2021-2027, nel 2024 l'Autorità di Gestione ha selezionato ed ammesso a finanziamento a valere sull'Azione 1.2.1. l'**Operazione di Importanza Strategica** (OIS) denominata "***Creazione di una infrastruttura digitale comune per la gestione automatizzata di servizi di e-booking, biglietteria elettronica e di profilazione dell'utenza***", di cui è Beneficiario la Direzione Generale Musei del Dipartimento per la valorizzazione del patrimonio culturale (DiVA) del Ministero della Cultura.

Ai sensi del combinato di disposto dall'art. 46 lettera a) e dell'art. 49 del Regolamento (UE) 2021/1060 l'Autorità di Gestione ha predisposto una [sezione dedicata](#) alle Operazioni di Importanza Strategica sul sito web del Programma. La sezione raccoglie le principali informazioni e documenti prodotti direttamente dall'Autorità di Gestione e/o con il contributo del Beneficiario. Tra queste, la scheda informativa OIS che riassume le principali informazioni relative all'operazione. Si segnala, inoltre, che nell'ambito del [dodicesimo numero della newsletter](#) del PN Cultura 21-27 (relativo al bimestre novembre-dicembre 2025) il primo articolo, curato dal Beneficiario, è dedicato alla descrizione dell'OIS e del relativo stato di attuazione. Lo stato di attuazione dell'OIS è altresì stato illustrato nell'ambito delle riunioni del Comitato di Sorveglianza.

Nell'annualità 2026, l'Autorità di Gestione continuerà ad assicurerà l'espletamento delle attività di competenza ed il presidio rispetto alle azioni del Beneficiario.

5.0. Cronoprogramma del Piano 2026

| Azioni e strumenti | gen | feb | mar | apr | mag | giu | lug | ago | sett | ott | nov | dic |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|
| Seminari, workshop e webinar | | | | | | | | | | | | |
| partecipazione a iniziative di rilievo istituzionale | | | | | | | | | | | | |
| partecipazione agli incontri con la Rete dei Comunicatori | | | | | | | | | | | | |
| collaborare alla definizione dei webinar Regis Coesione | | | | | | | | | | | | |
| definizione dei webinar connessi alle nuove opportunità di finanziamento | | | | | | | | | | | | |
| promozione e diffusione toolkit per i Beneficiari attraverso iniziative mirate (es. webinar) | | | | | | | | | | | | |
| Sito Web | | | | | | | | | | | | |
| pubblicazione periodica di news, documenti e aggiornamenti relativi allo stato di attuazione del PN | | | | | | | | | | | | |
| produzione e diffusione di contenuti di approfondimento, di carattere testuale e/o multimediale | | | | | | | | | | | | |
| aggiornamento periodico del calendario di preavviso e delle opportunità di finanziamento/di lavoro | | | | | | | | | | | | |
| aggiornamento periodico dell'elenco dei Beneficiari e delle operazioni ammesse a finanziamento | | | | | | | | | | | | |
| aggiornamento periodico della sezione dedicata alle Operazioni di Importanza Strategica | | | | | | | | | | | | |
| aggiornamento degli strumenti operativi (c.d. toolkit) per i Beneficiari | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| supporto al Comitato di Sorveglianza del Programma, anche mediante l'aggiornamento della sezione dedicata del sito e della relativa area riservata presidio ed aggiornamento della versione del sito in lingua inglese | | | | | | | | | | | | | | |
| riordino e/o implementazione di alcune sezioni del sito, al fine di migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente e la consultazione del materiale | | | | | | | | | | | | | | |
| gestione e manutenzione del sito | | | | | | | | | | | | | | |
| analisi e elaborazione dei dati tramite l'elaborazione di dashboard dinamiche, indicatori di performance (KPI) e reportistica evoluta | | | | | | | | | | | | | | |
| Social media | | | | | | | | | | | | | | |
| definizione piano editoriale | | | | | | | | | | | | | | |
| rubriche tematiche | | | | | | | | | | | | | | |
| rubrica social "vocabolario della Coesione" | | | | | | | | | | | | | | |
| storytelling dell'attuazione | | | | | | | | | | | | | | |
| attivazione profilo LinkedIn | | | | | | | | | | | | | | |
| attivazione campagne Facebook di advertising | | | | | | | | | | | | | | |
| dare risalto ai webinar ed alle iniziative di promozione, anche territoriale, condotte dai soggetti istituzionali | | | | | | | | | | | | | | |
| gestione canali social | | | | | | | | | | | | | | |
| integrazione dei contenuti social con dati di monitoraggio | | | | | | | | | | | | | | |
| monitoraggio del livello di diffusione dei contenuti e del raggiungimento dei principali stakeholder | | | | | | | | | | | | | | |
| Materiale informativo, editoriale e promozionale | | | | | | | | | | | | | | |
| Materiale editoriale. Newsletter del PN Cultura 21-27 | | | | | | | | | | | | | | |
| Materiale informativo/promozionale in relazione allo stato di attuazione del Programma e delle opportunità di finanziamento | | | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Materiale informativo per il Comitato di Sorveglianza, con la realizzazione di prodotti grafici come kit dedicati | | | | | | | | | | | |
| Prodotti audio-video e multimediali | | | | | | | | | | | |
| diffusione dello spot istituzionale "Cultura Cresce" sui canali digitali del PN Cultura e produzione video per la diffusione televisiva | | | | | | | | | | | |
| contenuti social dinamici (video-card) | | | | | | | | | | | |
| realizzazione di un video-tutorial dedicato ai Beneficiari nella consultazione del sito web e del toolkit di comunicazione | | | | | | | | | | | |
| storytelling dai territori, i contenuti video realizzati con la collaborazione dai Beneficiari | | | | | | | | | | | |

Tabella 6. Cronoprogramma delle attività di comunicazione 2026

6.0. Budget previsionale

Il presente paragrafo indica il budget complessivo previsionale.

| Azioni di comunicazione | Importo (€) |
|--|---------------------|
| Seminari, workshop e webinar | € 11.340,00 |
| Sito Web | € 110.231,25 |
| Social media | € 128.068,75 |
| Materiale informativo, editoriale e promozionale | € 30.876,00 |
| Prodotti audio-video e multimediali | € 54.484,00 |
| Totale azioni | € 335.000,00 |

Tabella 7. Budget previsionale 2026

Si rappresenta che la ripartizione interna del budget tra le Azioni di comunicazione, come sopra riportata, è indicativa e potrà essere soggetta a rimodulazione interna in funzione delle esigenze attuative del Programma Nazionale Cultura 2021-2027, al fine di assicurarne la visibilità nonché la valorizzazione delle iniziative e delle operazioni finanziate dal Programma.

7.0. Risorse umane e organizzative

La gestione delle attività di comunicazione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027 richiede una pianificazione operativa strutturata, in grado di assicurare un coordinamento funzionale e coerente, una corretta attuazione delle iniziative e un monitoraggio sistematico dei risultati. A tal fine, l'Autorità di Gestione opera mediante una struttura organizzativa dedicata, che si avvale di risorse interne all'Amministrazione e di Assistenza Tecnica, con ruoli e responsabilità definiti al fine di garantire una gestione efficace ed efficiente delle attività di comunicazione del Programma. Il coordinamento tra le diverse figure coinvolte e il raccordo costante con le risorse interne dell'Amministrazione assicurano un approccio integrato e sinergico, orientato al raggiungimento degli obiettivi complessivi delle iniziative di comunicazione previste.

- **Responsabile della Comunicazione del PN Cultura 2021-2027:** ai sensi dell'art. 48, par. 2, del Regolamento (UE) 2021/1060 la figura interna all'Amministrazione svolge un ruolo centrale nelle attività di informazione, comunicazione e visibilità del Programma; è responsabile del coordinamento operativo delle iniziative di comunicazione e della gestione delle risorse dedicate,

assicurando la coerenza delle azioni con la strategia e gli obiettivi di comunicazione del PN Cultura 2021-2027.

La figura opera come punto di raccordo tra tutti i soggetti coinvolti nei processi di comunicazione, quali: le articolazioni interne dell'Autorità di Gestione; l'Assistenza Tecnica; i soggetti istituzionali coinvolti nelle attività di comunicazione, tra cui il Responsabile Unico Nazionale per la comunicazione 2021-2027 e la Rete di comunicazione INFORM ITA; i Beneficiari (potenziali ed effettivi), etc.

Il Responsabile della comunicazione assicura inoltre il presidio della trasparenza, il trasferimento ai Beneficiari delle informazioni relative agli obblighi normativi in materia di informazione e visibilità, nonché degli strumenti applicativi prodotti, a livello nazionale, dal DPCOeS della Presidenza del Consiglio dei ministri e dalla Rete INFORM ITA per il coordinamento unitario della comunicazione.

- **Supporto amministrativo-gestionale al Responsabile della Comunicazione del Programma:** rappresenta il presidio operativo interno per le attività a carattere amministrativo-gestionale relative alla comunicazione del Programma. Tale figura opera in costante raccordo con il Responsabile della Comunicazione del PN, contribuendo all'attuazione del Piano Esecutivo di Comunicazione.

In particolare, il supporto amministrativo-gestionale assicura la gestione del sito web istituzionale del Programma, anche in raccordo con la competente struttura del Ministero della Cultura (Dipartimento per l'Amministrazione Generale - Direzione Generale Digitalizzazione e comunicazione - Servizio I "Innovazione tecnologica, digitalizzazione e comunicazione") per il corretto funzionamento e aggiornamento del sito. La figura svolge inoltre un ruolo centrale nella raccolta e nel monitoraggio dei dati relativi agli indicatori nazionali, contribuendo alla misurazione quantitativa dei prodotti e delle iniziative di comunicazione realizzate, in linea con le fiche metodologiche pubblicate nella sezione dedicata alla comunicazione del portale OpenCoesione.

Accanto a tali funzioni, il supporto amministrativo-gestionale fornisce altresì un supporto nelle attività editoriali per la valorizzazione dello stato di attuazione del Programma sui canali digitali ufficiali del PN Cultura 21-27.

- **Webmaster:** come per la precedente annualità, per tale figura la struttura dell'Autorità di Gestione si avvale della collaborazione della struttura competente per materia del Ministero della Cultura (Dipartimento per l'Amministrazione Generale - Direzione Generale Digitalizzazione e comunicazione - Servizio I "Innovazione tecnologica, digitalizzazione e comunicazione"), che si occupa di monitorare e assicurare il corretto funzionamento del sito web del Programma, della risoluzione di eventuali problematiche tecnico-informatiche e del rinnovo dei servizi annessi.
- **Supporto specialistico alla comunicazione mediante Assistenza Tecnica:** per l'attuazione delle attività di comunicazione, informazione e visibilità del PN Cultura 2021–2027, l'Autorità di Gestione si avvale di un supporto specialistico esterno, affidato a:
 - un **Creative Director & Communication Consultant**, con esperienza pluriennale nella comunicazione istituzionale dei Fondi europei e della Politica di Coesione. Il supporto specialistico è finalizzato al supporto nella progettazione, attuazione e presidio delle azioni previste dal Piano Esecutivo di Comunicazione 2026, assicurando coerenza strategica, continuità operativa e qualità dei contenuti. L'attività di supporto comprende il presidio strategico dei canali digitali del Programma, la produzione dei contenuti editoriali, multimediali e audiovisivi, la progettazione e gestione di azioni di promozione digitale e il monitoraggio interno delle performance comunicative. Tale assetto consente all'Autorità di Gestione di disporre di un presidio comunicativo qualificato e continuativo, funzionale a rafforzare l'efficacia, la misurabilità e la riconoscibilità delle azioni di comunicazione del Programma;
 - un **Esperto di Comunicazione delle Politiche di Coesione**, con comprovata esperienza nelle Politiche di Coesione e nei Programmi cofinanziati dai Fondi europei. Il supporto specialistico è finalizzato all'attuazione delle azioni di comunicazione istituzionale del Piano, assicurando il corretto posizionamento dei contenuti rispetto agli obiettivi

strategici, regolamentari e di trasparenza. L'attività comprende il coordinamento dei messaggi chiave, il raccordo con l'Autorità di Gestione e con le strutture tecniche, il supporto alla redazione di contenuti informativi e divulgativi e la verifica della coerenza tra comunicazione istituzionale, avanzamento degli interventi e risultati conseguiti, contribuendo a rafforzare la riconoscibilità e l'affidabilità dell'azione del Ministero;

- due **Copywriter e web content creator**, figure specializzate nella produzione di contenuti editoriali per il web, con competenze specifiche nell'ambito culturale e nella comunicazione istituzionale. Il supporto è finalizzato alla redazione e all'aggiornamento dei contenuti testuali del portale e dei canali digitali del Piano, garantendo chiarezza espositiva, accessibilità delle informazioni e coerenza con il linguaggio delle Politiche di Coesione. L'attività comprende la scrittura di testi informativi, news, approfondimenti tematici e contenuti divulgativi sui progetti finanziati, valorizzando il ruolo della cultura come leva di sviluppo e assicurando l'allineamento con le linee editoriali definite dall'Autorità di Gestione;
- un **Grafico** con esperienza nella progettazione grafica applicata alla comunicazione istituzionale e ai Programmi cofinanziati. Il supporto è finalizzato alla realizzazione di materiali visivi coerenti con l'identità grafica del Piano e del Ministero, assicurando uniformità, riconoscibilità e qualità estetica delle produzioni. L'attività comprende la progettazione di materiali informativi e promozionali (digitali e, ove previsto, cartacei), infografiche, visual per il web e i social media, nonché il supporto grafico alle iniziative di comunicazione e agli eventi, contribuendo a una rappresentazione chiara ed efficace dei contenuti e dei risultati del Piano.
- un **Social Media Manager**, figura specializzata nella gestione dei canali social istituzionali, con esperienza nella comunicazione pubblica e nei Programmi finanziati da fondi europei. Il supporto è finalizzato al presidio operativo dei social media del Piano, assicurando continuità editoriale, coerenza dei messaggi e rispetto delle linee di comunicazione istituzionale. L'attività comprende la pianificazione e pubblicazione dei contenuti, l'adattamento dei messaggi ai diversi canali, il monitoraggio delle interazioni e delle

performance, nonché il supporto all’analisi dei risultati delle azioni social, al fine di rafforzare la diffusione delle informazioni e il coinvolgimento dei destinatari;

- un **Data Quality & Governance Specialist**, professionista specializzato nell’analisi e nella modellazione dei dati, con competenze in Data Quality e Data Governance. Le risorse presidiano la qualità dei dati caricati sul sito web e social attraverso la definizione di regole di coerenza, la costruzione di report di controllo e la validazione dei dataset relativi all’avanzamento fisico e finanziario. Il supporto consente di garantire l’affidabilità delle informazioni di monitoraggio e di individuare tempestivamente anomalie o criticità nei processi di attuazione dei progetti;
- un **Business Intelligence & Data Visualization Specialist**, figura con competenze avanzate in Business Intelligence e Data Visualization. Il supporto è finalizzato all’elaborazione, rappresentazione e diffusione dei dati di monitoraggio attraverso dashboard dinamiche, indicatori di performance (KPI) e reportistica evoluta. Le attività supportano il monitoraggio strategico del Programma e la comunicazione istituzionale, consentendo al Ministero e agli stakeholder di disporre di informazioni aggiornate, leggibili e immediatamente fruibili sull’avanzamento e sull’efficacia degli interventi.
- un **Digital Integration & Communication Support Specialist**, professionista con competenze nell’integrazione dei sistemi di Business Intelligence a supporto del front digitale e delle attività di comunicazione. Le analisi e le visualizzazioni prodotte alimentano i contenuti pubblicati sul portale del Programma, contribuendo alla trasparenza e alla diffusione dei risultati verso cittadini e beneficiari. La figura opera in raccordo con il team di comunicazione per garantire coerenza tra dati gestionali, rappresentazioni grafiche e contenuti divulgativi, rafforzando l’affidabilità delle informazioni diffuse;
- un **esperto in Manutenzione evolutiva e tuning**, figura tecnica specializzata nella manutenzione evolutiva e nel tuning. Il supporto è finalizzato all’ottimizzazione delle performance del sito web e all’adeguamento dei modelli di reporting alle evoluzioni del PN. L’attività garantisce la continuità operativa degli strumenti di monitoraggio,

l'aggiornamento costante delle funzionalità e l'allineamento del sito web alle esigenze informative e di comunicazione del Ministero.

8.0. Quadro di sintesi del Piano di Comunicazione 2026

| Approccio strategico | Obiettivi di comunicazione | Macro-attività | Pubblici /Segmenti | Azioni e strumenti | Veicoli | Periodo | Costo previsionale | Modalità di misurazione |
|----------------------|--|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|---|-------------------------|--------------------|--------------------------|
| A1. Integrato | O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione | MA2. Informazione e Trasparenza | P3. Beneficiari potenziali | Seminari e workshop e webinar | Piattaforme di webinar o di comunicazione e collaborazione (es. Teams) e canali digitali del PN Cultura 21-27 | 01/01/2026 - 31/12/2026 | 11.340,00 € | ISOCOM_1IT |
| | O3. Incrementare la reputazione del Programma e della politica di coesione | MA4. Comunicazione | P2. Beneficiari effettivi | | | | | |
| | O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner | MA3. Supporto interno e di Rete | P5. Partner e Reti | | | | | |
| A2. Differenziato | O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione | MA2. Informazione e Trasparenza | P7. Combinazione di diversi pubblici | Web & Social Media | Sito web istituzionale e canali social (Facebook, Instagram, LinkedIn) del PN Cultura 21-27 | 01/01/2026 - 31/12/2026 | 238.300,00 € | ISOCOM_1IT ISRCOM_1IT |
| | O2. Incrementare la conoscenza dei progetti | MA4. Comunicazione | | | | | | |
| | O3. Incrementare la reputazione del Programma e della politica di coesione | MA3. Supporto interno e di Rete | | | | | | |
| | O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner | MA1. Sensibilizzazione | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---------------|--|---|---|---|---|-------------------------|-------------|------------|
| | <i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i> | MA2. <i>Informazione e Trasparenza</i> | P7. Combinazione di diversi pubblici | Materiali informativi, editoriali, promozionali | Diffusione on line sui canali digitali del PN Cultura 21-27 | 01/01/2026 - 31/12/2026 | 30.876,00 € | ISOCOM_1IT |
| A1. Integrato | <i>O2. Incrementare la conoscenza dei progetti</i> | MA4. <i>Comunicazione</i> | | | | | | |
| | <i>O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner</i> | MA1. <i>Sensibilizzazione</i> | | | | | | |
| A1. Integrato | <i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i> | MA2. <i>Informazione e Trasparenza</i> | P7. Combinazione di diversi pubblici | Prodotti audio-video e multimediali (video) | Canali digitali del PN Cultura 21-27 | 01/01/2026 - 31/12/2026 | 54.484,00 € | ISOCOM_1IT |
| | <i>O2. Incrementare la conoscenza dei progetti</i> | MA4. <i>Comunicazione</i> | | | | | | |
| | <i>O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner</i> | | | | | | | |

Tabella 8. Quadro di sintesi del Piano di Comunicazione 2026

9.0. Monitoraggio e Valutazione del Piano

L'efficienza e l'efficacia delle azioni di comunicazione vengono monitorate attraverso un sistema strutturato di analisi e reportistica, basato sui seguenti indicatori di output e di risultato:

- **indicatore di output ISOCOM_1IT: Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati**
- **indicatore di risultato ISRCOM_1IT: Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma**
- **indicatore di risultato ISRCOM_2IT: Grado di conoscenza della politica di coesione**

L'attività di monitoraggio e l'analisi dei dati costituiscono un elemento chiave non solo per il consolidamento delle attività svolte nelle annualità precedenti, ma anche per la pianificazione delle attività future e, se del caso, la rimodulazione in itinere della strategia comunicativa, garantendo coerenza, efficacia e orientamento ai risultati.

Con riferimento all'**annualità 2025**, si rappresentano i risultati conseguiti rispetto alle attività pianificante e descritte nel [Piano esecutivo di Comunicazione 2025](#), adottato con [decreto AdG n. 38 del 04.02.2025](#).

Indicatore di output ISOCOM_1IT: Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati

Si rappresenta che nell'annualità 2025 è stato conseguito il target pari a **146 unità**, calcolato secondo la [relativa fiche metodologica](#) pubblicata sul sito web di OpenCoesione.

| ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------|--|
| AZIONE/STRUMENTO | INDICATORE DI OUTPUT | GEN | FEB | MAR | APR | MAG | GIU | LUG | AGO | SET | OCT | NOV | DIC | Total | |
| Seminari e workshop e webinar | <i>n. di seminari, workshop e webinar</i> | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | 1 | 1 | 8 | 1 | 17 | |
| Web | <i>n. pagine news web pubblicate su sito del Programma</i> | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 7 | 7 | 43 | |
| Social media | <i>n. di messaggi inviati sui diversi canali social (post FB + Tweet + Post IG + Stories)</i> | 7 | 11 | 10 | 9 | 8 | 5 | 2 | 1 | | 1 | 1 | 6 | 61 | |

| | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|-----------|------------|
| Materiali informativi, editoriali, promozionali | <i>n. di prodotti realizzati (opuscoli, brochure, pubblicazioni...)</i> | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | | 1 | 1 | 8 | 4 | 22 |
| Prodotti audio-video e multimediali | <i>n. di video realizzati</i> | | 1 | | | | | | | | | | 1 | 2 |
| Relazioni con la stampa | <i>n. di conferenze stampa realizzate</i> | | | | | | | | | | | 1 | | 1 |
| | | 11 | 18 | 16 | 14 | 14 | 10 | 7 | 3 | 3 | 6 | 25 | 19 | 146 |

Tabella 9. Indicatore di output ISOCOM_1IT_target conseguito al 2025

Di seguito si analizzano le attività realizzate osservate secondo la seguente tabella di calcolo prevista dall'indicatore ISOCOM_1IT.

Seminari, workshop e webinar

Nel corso del periodo di riferimento (dal 01.01.2025 al 31.12.2025) sono stati realizzati **17 prodotti** di cui:

- 9 seminari online, per un totale di 78 ore, parte del programma formativo previsto per il biennio 2024-2025 dal titolo "*Il ciclo di programmazione 2021-2027 nell'ambito delle politiche di sviluppo e coesione: elementi per la gestione dei processi e controllo*". Il percorso formativo, che ha visto, tra gli altri, un modulo dedicato alla Comunicazione nell'ambito del PN Cultura 21-27, è inserito nel contesto del Piano di Rigenerazione Amministrativa (PRigA), annesso al PN Cultura 2021-2027 e, in particolare, nell'ambito della Linea A "Rafforzamento dell'organico e delle competenze del personale" ed è parte integrante del Piano di formazione annuale del personale del Ministero della Cultura. La finalità dei seminari è quella di diffondere la conoscenza dei principali meccanismi delle politiche di coesione e di favorire la condivisione di know-how e la diffusione delle migliori pratiche maturate anche nelle precedenti esperienze di programmazione con l'obiettivo di migliorare la qualità della gestione delle politiche di coesione;
- 8 webinar di accompagnamento per l'attuazione dell'Azione 1.3.1. I webinar, [pubblicati nel mese di novembre nella sezione dedicata del sito del PN Cultura 21-27](#), completano il percorso di consultazione pubblica, condotta nel 2025 dall'Autorità di Gestione con la collaborazione della Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura, che ha portato

all'adozione delle [Linee di indirizzo per l'attuazione dell'Azione 1.3.1](#) e del relativo Avviso pubblico "Cultura Cresce".

Web

In conformità con gli obblighi che discendono dal Regolamento (UE) 2021/1060 e con quanto stabilito dalle "Linee guida di design per i servizi digitali della Pubblica Amministrazione" – AGID, si è proceduto ad aggiornare periodicamente le specifiche sezioni del [sito web dedicato al Programma](#), con il dominio www.pncultura2127.cultura.gov.it. L'aggiornamento costante del sito ha permesso alle parti interessate, tra cui i Beneficiari/destinatari finali (potenziali ed effettivi), nonché agli stakeholders e al grande pubblico, di accedere alle risorse informative. In totale, nel corso del 2025, sono state pubblicate **43 news**, correlate ad argomenti di interesse nell'ambito del PN Cultura 2021-2027. Oltre alla pubblicazione delle news, sono stati aggiornati i contenuti descrittivi e documentali delle sezioni del sito e rivisitate alcune sezioni al fine di migliorare l'esperienza di navigazione dell'utente.

Social media e networking

Al fine di garantire la più ampia diffusione delle informazioni e di coinvolgere un numero sempre maggiore di persone, anche non direttamente appartenenti alla sfera degli "addetti ai lavori", è stato curato l'aggiornamento periodico della [pagina Facebook](#) dedicata al PN Cultura 21-27 e del [profilo Instagram](#) del Programma. Nello specifico sono stati realizzati **61 prodotti** così suddivisi:

- 39 post pubblicati sulla pagina Facebook;
- 10 post pubblicati sulla pagina Instagram;
- 12 storie pubblicate sulla pagina Instagram.

Materiale informativo, editoriale e promozionale

In conformità con quanto previsto nel Piano di comunicazione 2025, si è provveduto alla realizzazione e successiva diffusione sul sito web e sui canali social del PN Cultura 2021-2027 di brochure e schede informative riguardanti specifici aspetti del programma. Nello specifico sono stati realizzati **22 prodotti** così suddivisi:

- [2 brochure](#), la prima pubblicata nel mese di luglio e la seconda a dicembre, riguardanti gli interventi ammessi a finanziamento a valere sull'Azione 2.1.1. del PN Cultura 2021-2027;

- [1 brochure](#), pubblicata nel mese di dicembre, riguardante gli interventi ammessi a finanziamento a valere sull’Azione 2.4.1 del PN Cultura 2021-2027;
- [1 scheda informativa](#), pubblicata nel mese di dicembre, relativa al Fondo Imprese Culturali e Creative 2021-2027;
- [8 presentazioni](#), pubblicate nel mese di novembre, relative alle Linee di indirizzo per l’attuazione dell’Azione 1.3.1;
- [10 numeri della Newsletter](#), in continuità con quanto avviato alla fine del 2024, con l’obiettivo di mantenere informato il pubblico sulle iniziative e i risultati ed offrire al contempo approfondimenti su argomenti attuali e di rilievo strettamente correlati al PN Cultura 2021-2027, quali Politica di Coesione, PNRR (Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza) e Affari europei. Si rappresenta che nell’annualità 2025, per ragioni di opportunità legate all’attuazione del Programma e del contesto di riferimento, si è optato per la pubblicazione di 2 numeri a carattere bimestrale (agosto-settembre e novembre-dicembre), anziché mensile, come previsto per le restanti mensilità.

Prodotti audio-video e multimediali

Con riferimento alle opportunità di finanziamento previste dal Programma sono stati realizzati [n. 2 prodotti video](#), di cui:

- un [video spot informativo relativo all’Azione 2.4.1 “Realizzazione di interventi di prevenzione e messa in sicurezza dal rischio sismico dei luoghi della cultura e di adattamento ai cambiamenti climatici”](#), pubblicato nel mese di febbraio, sui canali digitali del PN Cultura 21-27;
- un video spot istituzionale, realizzato nel mese di dicembre, relativo all’Avviso pubblico “Cultura Cresce”, nell’ambito dell’Azione 1.3.1. del PN Cultura 21-27.

Si fa rappresenta che, diversamente da quanto previsto dal Piano di comunicazione 2025, nel corso dell’annualità si è ritenuto opportuno non procedere alla realizzazione di un video dedicato alla promozione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027 in ragione delle sopravvenute modifiche, in concomitanza con la “Mid Term Review” prevista dal Regolamento (UE) 2021/1060, sottoposte all’approvazione del Comitato di Sorveglianza nel mese di dicembre.

Relazioni con la stampa

Nel mese di novembre 2025 si è tenuta **n. 1 conferenza stampa** di presentazione dell'Avviso pubblico Cultura Cresce, misura finanziata dal Fondo Imprese Culturali e Creative 2021-2027 a valere sull'Azione 1.3.1. del PN Cultura 2021-2027.

Indicatore di risultato ISRCOM_1IT: *Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma*

Con riferimento all'indicatore di risultato ISRCOM_1IT, in linea con la [relativa fiche metodologica](#) pubblicata sul sito web di OpenCoesione, per ciascun canale viene osservato:

- il pubblico base;
- i contenuti base;
- le interazioni.

Con riferimento al **pubblico base**, per l'annualità 2025 viene registrato un numero complessivo pari a **40.748 unità**. Rispetto all'annualità precedente (2024), si osserva un generale aumento del numero di follower ai canali social (Facebook: +61; Instagram: +37) ed un significativo aumento del numero degli iscritti alla newsletter digitale (+261) e di visitatori unici del sito web del Programma (+35.765).

| ISRCOM_1IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma | | | | |
|---|-------------|-------------|--------------|--|
| Canale | 2023 | 2024 | 2025 | |
| Follower Facebook | * | 2725 | 2786 | |
| Follower Instagram | * | 16 | 53 | |
| Iscritti newsletter digitale | * | 261 | 522 | |
| Visitatori unici sito web del Programma | * | 1622 | 37387 | |
| Totale | 0 | 4624 | 40748 | |

Tabella 10. Indicatore di risultato ISRCOM_1IT_Pubblico base. Target per annualità, valore non cumulato.

Con riferimento ai **contenuti base**, per l'annualità 2025 si registrano **114 contenuti** come di seguito rappresentati:

| ISRCOM_1IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|--|
| Canale | 2023 | 2024 | 2025 | |
| N. Post Instagram | * | 7 | 10 | |
| N. di stories Instagram | * | 4 | 12 | |

| | | | |
|-----------------------|----------|-----------|------------|
| N. Post Facebook | * | 19 | 39 |
| N. newsletter inviate | * | 2 | 10 |
| N. News sito web | * | 26 | 43 |
| Totale | 0 | 58 | 114 |

Tabella 11. Indicatore di risultato ISRCOM_1IT_Contento base. Target per annualità, valore non cumulato.

Per ciò che attiene le **interazioni** degli utenti, nell'annualità 2025 si registra un numero totale di **23.556**, come di seguito rappresentato:

| ISRCOM_1IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma | | | | |
|--|----------|-------------|--------------|--|
| Canale | 2023 | 2024 | 2025 | |
| Visualizzazioni stories/Reel su Instagram | * | 97 | * | |
| Like+commenti Post Instagram | * | 20 | 34 | |
| Like Stories/Reel Instagram | * | 8 | * | |
| Visualizzazioni post Facebook | * | 4405 | 19470 | |
| Like+commenti Post Facebook | * | 143 | 932 | |
| Visualizzazioni/Apertura Newsletter Digitale | * | 272 | 2832 | |
| Download da sito web | * | 71 | 288 | |
| Totale | 0 | 5016 | 23556 | |

Tabella 12. Indicatore di risultato ISRCOM_1IT_Interazioni. Target per annualità, valore non cumulato.

Indicatore di risultato ISRCOM_2IT: *Grado di conoscenza della politica di coesione*

Nel corso dell'annualità 2025 non è stato possibile, in ragione delle esigenze attuative del Programma, pianificare iniziative per la valorizzazione dell'indicatore di risultato **ISRCOM_2IT**. A riguardo, si rappresenta che il PN Cultura 21-27 partecipa al Gruppo di lavoro *ItaBarometro*, promosso dalla Presidenza del Consiglio – DPCOeS nell'ambito dei lavori della Rete dei Comunicatori, finalizzato a misurare, attraverso indagini campionarie, la percezione dei cittadini sull'efficacia delle politiche di coesione, fornendo elementi conoscitivi utili per l'eventuale ricalibrazione delle strategie comunicative.

10.0. Documenti di riferimento

Regolamento (UE) 2021/1060

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R1060&from=it>

Strategia e piani di comunicazione PN Cultura 2021-2027

<https://pncultura2127.cultura.gov.it/strategia-e-piani-di-comunicazione/>

Linee Guida e materiali elaborati a livello nazionale, relativi alla comunicazione delle politiche di coesione del ciclo di programmazione 2021-2027, per il coordinamento unitario della comunicazione.

https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/

Autorità di Gestione del PN Cultura 2021-2027
Via del Collegio Romano 27 – 00186 Roma
(+39) 06 6723 2060



Cofinanziato
dall'Unione europea



MINISTERO
DELLA
CULTURA