



Piano Esecutivo di Comunicazione 2025 V1.0

Documento a cura

dell'Autorità di Gestione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027

Gennaio 2025



Sommario

Introduzione	3
1. Obiettivi	4
O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione:	4
O2. Incrementare la conoscenza delle operazioni:	4
O3. Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di coesione:	4
O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner:	4
2. Pubblico di riferimento	5
3. Azioni e interventi	6
4. Masterplan degli interventi di informazione e comunicazione 2025	9
5. La Comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica	12
6. Budget previsionale	13
7. Risorse umane e organizzative	13
8. Quadro di sintesi del Piano	16
9. Monitoraggio e Valutazione del Piano	17
Documenti di riferimento	20

Introduzione

Il Ministero della Cultura (MiC), in qualità di titolare del Programma Nazionale (PN) Cultura 2021-2027, assicura, per il tramite dell'Autorità di Gestione, il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate dal Programma garantendo che gli obiettivi e i risultati dello stesso siano comunicati efficacemente, a tutte le parti interessate e al pubblico, attraverso attività di comunicazione coerenti e continue per l'intero periodo di programmazione.

In linea con quanto stabilito dalle Linee Guida DPCoES - NUPC e sulla base degli orientamenti indicati nella [Strategia di comunicazione](#) del Programma, l'Autorità di Gestione pubblica ogni anno sul sito web un piano esecutivo annuale di comunicazione che definisce gli obiettivi, il pubblico di riferimento, le attività e gli strumenti di informazione e comunicazione da mettere in campo nell'anno di riferimento.

Il presente documento rappresenta, pertanto, la pianificazione delle azioni di informazione e comunicazione con riferimento all'annualità 2025. Di seguito si riporta la descrizione delle attività programmate.

1. Obiettivi

Le azioni di comunicazione, in linea con il Piano esecutivo di comunicazione relativo all'annualità precedente, mirano a migliorare conoscenza, visibilità, trasparenza, reputazione ed engagement del Programma nel contesto più ampio della Politica di coesione e si concentrano sui seguenti obiettivi generali:

O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della Politica di coesione:

- **Comunicare, nel modo più ampio possibile ai potenziali beneficiari/destinatari finali e a tutte le parti interessate** in particolare la strategia del Programma, gli obiettivi, le priorità e le opportunità di finanziamento FESR offerte con l'impegno congiunto dell'Unione europea e dello Stato italiano, accrescendo la consapevolezza dei finanziamenti europei e del loro impatto sui territori e rafforzandone la visibilità del ruolo strategico dell'Unione Europea;
- **Garantire una divulgazione comunicativa capillare e di qualità** anche attraverso i canali digitali del PN Cultura.

O2. Incrementare la conoscenza delle operazioni:

- **Continuare a pubblicare nuovi contenuti informativi tramite il sito web** del PN Cultura come principale veicolo e strumento di interfaccia per tutti i servizi online e di indirizzamento verso i sistemi dedicati alle procedure di selezione (es. Avvisi, etc.) e alla presentazione dei progetti/operazioni ammessi a finanziamento;
- **Assicurare la massima copertura mediatica nell'informare e comunicare al grande pubblico** i progetti/operazioni avviati.

O3. Incrementare la reputazione del Programma e della Politica di coesione:

- **Assicurare il presidio e l'ottimizzazione del fattore trasparenza** del Programma;
- **Sviluppare il coinvolgimento dei cittadini e delle comunità territoriali locali** per la massima diffusione delle informazioni e dei contenuti.

O4. Incrementare la partecipazione dei cittadini e dei partner:

- **Accrescere la conoscenza del Programma** in tutti gli stakeholder di riferimento;
- **Promuovere la partecipazione attiva e interattiva con i potenziali beneficiari/destinatari finali del Programma.**

Di seguito la declinazione degli **obiettivi specifici di comunicazione**:

- **Rafforzare la visibilità del ruolo strategico dell'Unione Europea** accrescendo la consapevolezza dei finanziamenti europei e il loro impatto sui territori;

- **Garantire la massima diffusione, con informazioni corrette e trasparenti**, le finalità del Programma e le opportunità di finanziamento, assicurando una **particolare attenzione alle Operazioni di Importanza Strategica (OIS)**;
- **Fornire aggiornamenti sull'attuazione del Programma** inserendoli nel contesto più ampio della comunicazione della Politica di coesione;
- **Potenziare la collaborazione con le reti di riferimento** nella comunicazione del Programma partecipando attivamente agli incontri di coordinamento e confronto con la Rete Nazionale dei Comunicatori, nonché con la Rete INFORM Europea. Tali iniziative mirano ad agevolare la diffusione delle informazioni, promuovere lo scambio di esperienze e coordinare azioni nel campo della comunicazione.

2. Pubblico di riferimento

Il Piano esecutivo di comunicazione si rivolge a un pubblico ampio e diversificato, interessato alla Cultura e, più nello specifico, alle principali tematiche affrontate dal Programma, tra le quali: l'ampliamento dei servizi digitali a beneficio dei luoghi della cultura c.d. "minori", la nascita, crescita ed il posizionamento competitivo delle PMI e dei Soggetti del Terzo Settore che svolgono attività economica nei settori culturale e creativo, l'efficientamento energetico dei luoghi della cultura, la messa in sicurezza dai rischi legati ai cambiamenti climatici e alle catastrofi naturali del patrimonio culturale, la partecipazione culturale dei cittadini in grado anche di generare opportunità per una nuova occupazione qualificata.

Il pubblico comprende:

- **Potenziali beneficiari/destinatari finali** a cui sono rivolti le procedure di selezione (es. Avvisi, etc.) in fase di programmazione per la corrente annualità;
- **Beneficiari/destinatari finali effettivi**, gli attuatori degli interventi/operazioni finanziati, ai quali devono essere fornite informazioni sugli adempimenti e sugli obblighi previsti in tutte le fasi del ciclo di vita del progetto/operazione, dalla presentazione della domanda di contributo alla rendicontazione a saldo, agli obblighi di comunicazione e informazione, ai controlli da parte delle strutture competenti, alla tenuta e conservazione della documentazione, etc.;
- **Stakeholders di settore**, inclusi enti e associazioni nazionali;
- **Grande pubblico** rappresentato da un pubblico non direttamente coinvolto nella realizzazione degli interventi ma potenzialmente interessato, che verrà sensibilizzato e informato sul ciclo di vita del PN Cultura 21-27.

I messaggi della comunicazione e il *tone of voice* sono studiati a seconda dei destinatari del messaggio. Nel caso della comunicazione rivolta ai beneficiari/destinatari finali e ai potenziali

beneficiari/destinatari finali si prevede l'utilizzo di un linguaggio tecnico e dettagliato, ad esempio per illustrare le procedure di finanziamento; per il grande pubblico, invece, si utilizza un linguaggio accessibile, finalizzato a promuovere la partecipazione culturale con una comunicazione coinvolgente e ispirazionale.

3. Azioni e interventi

Le azioni di comunicazione riguarderanno principalmente la realizzazione delle attività tramite l'utilizzo di strumenti di comunicazione integrati tra loro, di seguito descritti, al fine di coinvolgere i diversi target e ottimizzare il raggiungimento degli obiettivi:

- ✓ **Web & Social media:** L'attività di comunicazione sul [sito web dedicato al Programma](#) viene curata in maniera costante implementando tutte le sezioni del sito per fornire, tra gli altri, documenti, notizie e materiali informativi sul Programma e su obiettivi, priorità, procedure di selezione (es. Avvisi, etc.), risorse disponibili, opportunità di finanziamento e su quanto è di interesse per i potenziali beneficiari/destinatari finali, dei beneficiari/destinatari finali effettivi e del grande pubblico. Parallelamente sono sviluppati contenuti più tecnici rivolti agli addetti ai lavori, accessibili dalle sezioni tematiche dedicate al Programma, come le sezioni dedicate alla "Programmazione", all' "Organizzazione", alla "Gestione e controllo", alla "Valutazione", alla "Comunicazione" ed alla "Sorveglianza", comprensiva dell'Area Riservata dedicata ai componenti del Comitato di Sorveglianza. Con specifico riferimento alla sezione "Comunicazione", per supportare e facilitare i beneficiari/destinatari finali nella realizzazione delle rispettive attività di informazione e comunicazione, il PN Cultura 2021-2027 fornisce, nell'ambito di una specifica sezione dedicata, un *toolkit* con il materiale utile e le linee guida per la corretta promozione dei progetti cofinanziati dal Programma. Con riferimento al sito web PN Cultura 2021-2027, si rappresenta infine che la strategia digitale comprende l'ottimizzazione SEO.

La gestione e l'aggiornamento dei canali social attivi del PN Cultura, quali Facebook e Instagram, avviene mediante la condivisione di contenuti realizzati in linea con lo stile comunicativo proprio delle piattaforme social e con l'identità visiva del Programma, pianificati secondo un calendario editoriale.

Questa azione mira a rendere la comunicazione più interattiva e coinvolgente creando una community solida e a favorire la diffusione di notizie, eventi e aggiornamenti sugli interventi e sui risultati del Programma. L'obiettivo è divulgare l'importanza di quanto viene realizzato grazie al PN Cultura 2021-2027 a livello locale, nazionale ed europeo.

Il monitoraggio dei risultati (like, condivisioni, etc.) e la reportistica sono un aspetto chiave per rimodulare la strategia in tempo reale.

- ✓ **Materiale informativo, editoriale e promozionale:** viene data continuità alla pubblicazione mensile della Newsletter del PN Cultura 2021-2027, attivata a partire dal mese di novembre 2024, con l'obiettivo di informare il pubblico sullo stato di avanzamento del Programma e su tematiche correlate con impatto sul PN, quali: Politica di Coesione nazionale ed europea, PNRR e Affari europei.

Si prevede inoltre la realizzazione di materiale informativo ed editoriale volto a fornire approfondimenti sullo stato di avanzamento del Programma e sulle relative iniziative.

Con riferimento agli aspetti puntuali, si rimanda alla scheda di dettaglio degli output previsti dal presente documento.

- ✓ **Seminari, workshop e webinar:** coerentemente a quanto svolto nella precedente annualità, si prevede la realizzazione di iniziative dedicate ad es. alla divulgazione delle nuove opportunità di finanziamento e/o connesse alle attività già avviate nella precedente annualità. Per la presente annualità, si prevede di realizzare almeno un webinar relativo ad una o più Azioni del Programma.

Con riferimento agli aspetti puntuali, si rimanda alla scheda di dettaglio degli output previsti dal presente documento.

- ✓ **Prodotti audio-video e multimediali (video):** si prevede la realizzazione di un video dedicato alla diffusione della conoscenza del Programma, volto a rappresentarne gli obiettivi e le priorità, descrivendo in modo efficace le azioni e le risorse assegnate allo stesso.

Inoltre, si prevede la realizzazione di due video dedicati rispettivamente all'Azione 2.4.1 - *Realizzazione di interventi di prevenzione e messa in sicurezza dal rischio sismico dei luoghi della cultura* e all'Azione 1.3.1 - *Promuovere la nascita, la crescita e il posizionamento competitivo delle imprese nei settori culturali e creativi*. Tale scelta risulta, infatti, coerente con la tipologia di narrazione individuata per il "racconto" del Programma, andandosi ad aggiungere a quanto già realizzato nell'annualità 2024 per l'Azione 2.1.1 - *Realizzazione di interventi strutturali e impiantistici per l'efficientamento energetico dei luoghi della cultura statali*.

Essendo indirizzati al grande pubblico, i video saranno progettati utilizzando un linguaggio user friendly, facilmente comprensibile anche da un pubblico non esperto in materia, e con una struttura in grado di catturare l'attenzione e trasmettere messaggi chiave in modo efficace. Attraverso il visual storytelling, la narrazione visuale punterà ad aumentare la

fidelizzazione con i propri followers, raggiungendo, in tal modo, con un differente tipo di comunicazione visiva e immediata un'ulteriore fetta di pubblico.

I video realizzati saranno pubblicati sul sito web e sui canali social del PN Cultura.

4. Masterplan degli interventi di informazione e comunicazione 2025

Di seguito sono riportate le schede sintetiche di intervento che illustrano il quadro strategico delle azioni di comunicazione del PN Cultura 2021-2027, definendo la pianificazione delle attività di comunicazione prevista per l'anno 2025.

Figura 1. Azione di comunicazione | Web & Social media

AZIONE DI COMUNICAZIONE Web & Social media – Sito Web	
Obiettivo di comunicazione	Garantire una presenza informativa e coinvolgente per il PN Cultura 2021-2027, che funga da riferimento per informazioni e aggiornamenti relativi al Programma
Pubblico di riferimento	Potenziati beneficiari/destinatari finali ed effettivi del Programma, stakeholder culturali, media, grande pubblico, comunità online, professionisti del settore culturale
Breve descrizione	Aggiornamento e alimentazione di nuovi contenuti informativi e multimediali del sito web del Programma, sia per la versione in lingua italiana, sia Inglese
Mezzi/strumenti/veicoli	Sito web
Budget previsionale	40.000,00 €
Periodo previsionale di realizzazione	Intera annualità 2025
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione con il supporto della Assistenza Tecnica
Indicatori di realizzazione	ISOCOM_1IT (tra cui n. pagine news web pubblicate su sito del Programma, Visitatori unici sito web del Programma, Download dal sito web)

Figura 2. Azione di comunicazione | Web & Social media

AZIONE DI COMUNICAZIONE Web & Social media – Social network	
Obiettivo di comunicazione	Utilizzare i social media per promuovere il PN Cultura 2021-2027 e le sue azioni. Creare post e brevi video informativi sulle operazioni e le attività del Programma e condividerli sui canali social. Utilizzare gli hashtag pertinenti per aumentare la visibilità dei post. Stabilire una presenza social attiva e coinvolgente che promuova il dialogo e la condivisione

AZIONE DI COMUNICAZIONE Web & Social media – Social network	
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari/destinatari finali ed effettivi del Programma, stakeholder culturali, media, grande pubblico, comunità online, professionisti del settore culturale
Breve descrizione	Aggiornamento e gestione dei canali social del PN Cultura per coinvolgere la comunità in un dialogo bidirezionale, con un piano editoriale e calendarizzazione per ogni piattaforma e monitoraggio attivo per ottimizzare la strategia comunicativa
Mezzi/strumenti/veicoli	Instagram, Facebook
Budget previsionale	40.000,00 €
Periodo previsionale di realizzazione	Intera annualità 2025
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione con il supporto della Assistenza Tecnica
Indicatori di realizzazione	ISOCOM_1IT, ISOCOM_2IT e ISRCOM_1IT (tra cui: n. di account utilizzati, n. di messaggi inviati sui diversi canali social, n. di prodotti multimediali/motion graphic realizzate, n. di streaming, Follower, n. post, Visualizzazioni dei video post su Instagram, Like e commenti Post Instagram, Visualizzazioni post Facebook, Like e commenti Post Facebook)

Figura 3. Azione di comunicazione | Materiale Informativo, Editoriale e promozionale

AZIONE DI COMUNICAZIONE Materiale informativo, editoriale e promozionale	
Obiettivo di comunicazione	Sviluppare e distribuire materiale informativo, editoriale e promozionale per aumentare la consapevolezza e l'interesse per il PN Cultura 2021-2027
Pubblico di riferimento	Potenziali beneficiari/destinatari finali ed effettivi del Programma, stakeholder culturali, media, grande pubblico
Breve descrizione	Pubblicazione periodica della Newsletter del PN Cultura 2021-2027; scheda informativa sulle Imprese Culturali e Creative; brochure sulle operazioni selezionate ed ammesse a finanziamento in riferimento agli Avvisi sull'Azione 2.4.1 e 2.1.1
Mezzi/strumenti/veicoli	Distribuzione online; sito web; canali social
Budget previsionale	14.000,00 €
Periodo previsionale di realizzazione	Intera annualità 2025
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione con il supporto della Assistenza Tecnica
Indicatori di realizzazione	ISOCOM_1IT

Figura 4. Azione di comunicazione | Seminari, workshop e webinar

AZIONE DI COMUNICAZIONE Seminari, workshop e webinar	
Obiettivo di comunicazione	Fornire risorse formative di supporto
Pubblico di riferimento	Potenziati beneficiari/destinatari finali del Programma
Breve descrizione	Coerentemente a quanto svolto nella precedente annualità si prevede la realizzazione di almeno n.1 webinar dedicate ad es. alla divulgazione delle nuove opportunità di finanziamento e/o connesse alle attività già avviate nella precedente annualità. Per la presente annualità, si prevede di realizzare almeno n.1 webinar relativo ad una o più Azioni del Programma.
Mezzi/strumenti/veicoli	Piattaforme di webinar o di comunicazione e collaborazione (es. Teams/Zoom)
Budget previsionale	1.000,00 €
Periodo previsionale di realizzazione	Secondo semestre 2025
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione con il supporto della Assistenza Tecnica
Indicatori di realizzazione	ISOCOM_1IT (tra cui: n. di webinar)

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

AZIONE DI COMUNICAZIONE Prodotti audio-video e multimediali	
Obiettivo di comunicazione	Attraverso il visual storytelling, la narrazione visuale punterà ad aumentare la fidelizzazione con i propri followers, raggiungendo, in tal modo, con un tipo di comunicazione visiva e immediata un'ulteriore fetta di pubblico
Pubblico di riferimento	Potenziati beneficiari/destinatari finali ed effettivi del Programma, stakeholder culturali, media, grande pubblico
Breve descrizione	I video saranno progettati utilizzando un linguaggio user friendly, facilmente comprensibile anche da un pubblico non esperto in materia, e con una struttura in grado di catturare l'attenzione e trasmettere messaggi chiave in modo efficace
Mezzi/strumenti/veicoli	Sito web; canali social
Budget previsionale	35.000,00 €
Periodo previsionale di realizzazione	Intera annualità 2025
Soggetto Attuatore	Autorità di Gestione con il supporto della Assistenza Tecnica
Indicatori di realizzazione	ISOCOM_1IT (tra cui: n. di video)

Figura 7. Cronoprogramma operativo delle attività di comunicazione 2025

AZIONI E STRUMENTI	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
Web & Social media												
▪ Aggiornamento sito web	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
▪ Gestione canali social network (Facebook e Instagram)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Materiale informativo, editoriale e promozionale												
▪ Pubblicazione della Newsletter	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
▪ Scheda informativa ICC						●						
▪ Brochure operazioni selezionate Avviso 2.1.1 e Avviso 2.4.1					●	●						
Seminari, workshop e webinar												
▪ Organizzazione di webinar									●			
Prodotti audio-video												
▪ Video PN Cultura 21-27										●		
▪ Video Azione 1.3.1		●					●					
▪ Video Azione 2.4.1												

5. La Comunicazione delle Operazioni di Importanza Strategica

Ai sensi dell'Art. 50 comma 1 lettera e) del Reg. Ue 1060/2021, le Operazioni di Importanza Strategica sono soggette a particolari misure di sorveglianza e comunicazione da parte dei beneficiari al fine di garantire la visibilità del sostegno ricevuto.

Pertanto, nel corso della corrente annualità, l'Autorità di Gestione fornirà il necessario supporto alla DG Musei, Soggetto Beneficiario dell'operazione selezionata a valere sull'Azione 1.2.1. e denominata *"Creazione di una infrastruttura digitale comune per la gestione automatizzata di servizi di e-booking, biglietteria elettronica e di profilazione dell'utenza"*, assicurando il coordinamento delle attività di comunicazione, coerentemente con quanto stabilito all'art. 50 dell'RDC, ed il raccordo con le strutture esterne all'Amministrazione titolare del Programma, quali Commissione europea e Responsabile unico nazionale per la comunicazione per la gestione dei programmi 2021-2027 incardinato presso il DIPCOES della Presidenza del Consiglio dei Ministri, con l'obiettivo di favorire il loro massimo coinvolgimento e costruire sinergie comunicative efficaci.

6. Budget previsionale

Il presente paragrafo indica il budget complessivo previsionale, suddiviso per le singole voci di spesa illustrate nel quarto paragrafo del Piano (Cfr. [Masterplan degli interventi di informazione e comunicazione 2025](#)).

Azioni di comunicazione	Importo (€)
Web & Social media – Sito web	40.000,00 €
Web & Social media – Social network	40.000,00 €
Materiale informativo, editoriale e promozionale	14.000,00 €
Seminari, workshop e webinar	1.000,00 €
Prodotti audio-video e multimediali	35.000,00 €
Totale azioni	130.000,00 €

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. Risorse umane e organizzative

L'efficace gestione delle attività di comunicazione relative al Programma richiede una pianificazione operativa che assicuri un coordinamento efficiente e una corretta esecuzione delle attività di comunicazione. A tal fine, l'Autorità di Gestione delinea una struttura organizzativa volta all'implementazione delle iniziative e al loro monitoraggio e successiva valutazione. Questa prevede risorse interne all'Amministrazione e di Assistenza Tecnica, quali:

- **Responsabile della comunicazione (come previsto al comma 2 dell'art. 48 del Regolamento EU 2021/1060)**

La figura, interna all'Amministrazione, svolge un ruolo chiave nelle attività di visibilità, trasparenza e comunicazione; è responsabile della gestione e del coordinamento delle iniziative e delle risorse messe in campo per il raggiungimento degli obiettivi di comunicazione stabiliti dal Programma; funge da punto di raccordo tra tutte le parti coinvolte, quali: l'AdG e le sue articolazioni interne, inclusa l'Assistenza Tecnica, le strutture interne/esterne all'Amministrazione coinvolte nei processi di comunicazione, le reti di comunicazione, i potenziali beneficiari e beneficiari effettivi, etc.

- **Webmaster**

Come per la precedente annualità, per tale figura la struttura dell'AdG si avvale della

collaborazione dell'Area Web del Servizio I DG OR del DiAG – Dipartimento per l'Amministrazione Generale, che si occupa di monitorare e assicurare il corretto funzionamento del sito web del Programma, della risoluzione di eventuali problematiche tecniche e del rinnovo dei servizi annessi.

▪ **Figure specializzate a supporto mediante Assistenza Tecnica**

Per garantire una copertura completa delle attività di comunicazione, sono previste le seguenti figure specializzate:

- a) **n. 1 Esperto Comunicazione Politiche di Coesione** di comprovata esperienza in piani di comunicazione in favore di Pubbliche Amministrazioni nel contesto di programmi cofinanziati da fondi comunitari e nazionali. La figura supporta il Responsabile della Comunicazione del Programma nella definizione e predisposizione della Strategia di Comunicazione e dei Piani annuali, nonché nella progettazione delle attività di comunicazione, assicurando che siano in linea con le indicazioni comunitarie e nazionali delle Politiche di Coesione; supporta l'Autorità di Gestione nell'organizzazione delle iniziative di comunicazione (es. eventi, workshop, seminari, incontri, riunioni, etc.) e per la partecipazione della stessa alle iniziative attivate dalle strutture interne/esterne all'Amministrazione; supporta altresì il Responsabile della Comunicazione nella gestione operativa e nel raccordo con i profili specialistici di comunicazione, nonché nell'attuazione del piano delle attività di comunicazione, al fine di assicurare il rispetto delle tempistiche fissate dal cronoprogramma ed il raggiungimento dei target/output, intermedi e finali, stabiliti dal PN Cultura 21-27;
- b) **N.1 Copywriter e web content creator** di comprovata esperienza nel copywriting, creazione di contenuti informativi, web editing e video editing. La figura supporta il Responsabile della Comunicazione nell'implementazione del sito web, nella ideazione e scrittura di testi creativi e strategici per i diversi canali digitali e nella creazione di contenuti grafici e multimediali in linea con l'identità visiva del Programma, con l'obiettivo di comunicare efficacemente i contenuti del PN Cultura 21-27; fornisce, inoltre, supporto all'Autorità di Gestione nell'interazione con la struttura ministeriale deputata alla gestione tecnica del sito, garantendo la coerenza e l'aderenza agli standard qualitativi e comunicativi stabiliti, nonché alle indicazioni e agli strumenti (es. Linee guida, etc.) comunitarie e nazionali applicabili;
- c) **N. 1 Social Media Manager** con competenze nel settore della comunicazione digitale per la PA ed esperienza nella gestione di canali social. La figura fornisce supporto al

Responsabile della Comunicazione nella pianificazione dei contenuti e relativa pubblicazione sulla base del Calendario editoriale; gestisce inoltre l'interazione con il pubblico, il monitoraggio delle performance e l'ottimizzazione delle strategie social;

- d) **N. 1 Esperto Comunicazione ambito culturale** con esperienza nel supporto alla Pubblica Amministrazione nei programmi/progetti cofinanziati da fondi comunitari e nazionali. La figura fornisce supporto al Responsabile della Comunicazione nel monitoraggio delle attività di rendicontazione e degli indicatori di comunicazione (DPCoeS - NUPC), garantendo la conformità alle normative nazionali ed europee; fornisce, inoltre, supporto nella redazione del piano esecutivo annuale di comunicazione, dei documenti operativi, del calendario editoriale, nonché nella produzione di contenuti culturali e informativi (es. newsletter), etc.

La struttura organizzativa sopra rappresentata è volta a garantire una gestione efficace ed efficiente delle attività di comunicazione del Programma Nazionale Cultura 2021-2027. Il coordinamento tra le diverse figure e la collaborazione con risorse interne al Ministero stesso assicurano un approccio sinergico che mira al successo complessivo delle iniziative di comunicazione previste.

8. Quadro di sintesi del Piano

Approccio strategico	Obiettivi di comunicazione	Macro-attività	Pubblici /Segmenti	Azioni e strumenti	Veicoli	Periodo	Costo previsionale	Modalità di misurazione
A1. Integrato	<i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i>	<i>MA2. Informazione e Trasparenza</i>	P7. Combinazione di diversi pubblici	Web & Social Media	Sito web	01/01/2025-31/12/2025	40.000,00 €	ISOCOM_1IT
A1. Integrato	<i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i>	<i>MA4. Comunicazione</i>	P7. Combinazione di diversi pubblici	Web & Social Media	Social media	01/01/2025-31/12/2025	40.000,00 €	ISOCOM_1IT, ISOCOM_2IT e ISRCOM_1IT
A2. Differenziato	<i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i>	<i>MA2. Informazione e Trasparenza</i>	P7. Combinazione di diversi pubblici	Materiali informativi, editoriali, promozionali	Distribuzioni online; Sito web; Social media	01/01/2025-31/12/2025	14.000,00 €	ISOCOM_1IT
A3. Partecipato	<i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i>	<i>MA1. Sensibilizzazione</i>	P3. Beneficiari potenziali	Seminari e workshop e webinar	Webinar	01/06/2025-31/12/2025	1.000,00 €	ISOCOM_1IT
A1. Integrato	<i>O1. Incrementare la conoscenza del Programma e della politica di coesione</i>	<i>MA4. Comunicazione</i>	P7. Combinazione di diversi pubblici	Prodotti audio-video e multimediali (video)	Sito web; social media	01/01/2025-31/12/2025	35.000,00 €	ISOCOM_1IT

9. Monitoraggio e Valutazione del Piano

In merito alle previste azioni di comunicazione e visibilità per l'annualità 2024, nel mese di gennaio 2024 è stato adottato e pubblicato sul sito del PN Cultura 21-27 il [Piano esecutivo di Comunicazione 2024](#). Nel mese di ottobre dello stesso anno, si è ritenuto opportuno ricalibrare le attività previste dal predetto Piano, adottando una [versione aggiornata ed integrata \(V1.1\)](#) dello stesso, al fine di assicurare il raccordo delle iniziative di comunicazione con lo stato attuativo del Programma, mantenendo comunque inalterati gli obiettivi intermedi previsti dallo stesso.

Con riferimento alle iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità, si rappresenta che è stato raggiunto il target intermedio fissato al 31.12.2024, pari a **7 unità**, in coerenza con quanto previsto dal Programma e così come riportato anche all'interno della "Relazione illustrativa della metodologia per istituire il quadro di riferimento dell'efficacia dell'attuazione del Programma Nazionale Cultura Fesr 2021-27" (cfr. 6.1.2. I criteri adottati per la quantificazione degli indicatori di output).

Di seguito si riportano le attività realizzate per l'annualità 2024, così come previste nel Piano Esecutivo di Comunicazione 2024 (V1.1), unitamente al format per il monitoraggio dell'attuazione delle diverse azioni di comunicazione realizzate.

Web e identità digitale

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 alla ideazione e messa in esercizio del **sito web dedicato al Programma**, con il dominio www.pncultura2127.cultura.gov.it, di cui è stata poi implementata la versione in inglese; sono state create e aggiornate periodicamente delle specifiche sezioni che hanno permesso alle parti interessate, tra cui i beneficiari potenziali ed effettivi, nonché al grande pubblico di accedere alle diverse risorse informative.

Social media e networking

Al fine di massimizzarne gli effetti sul grande pubblico è stata convertita la pagina Facebook dedicata al PON Cultura 14-20 nella [pagina Facebook](#) dedicata al PN Cultura 21-27. È stato, inoltre, avviato il [profilo Instagram](#) dedicato al Programma.

Seminari, workshop e webinar

Nel corso del primo semestre sono stati organizzati due **webinar** destinati ai potenziali beneficiari e relativi all'Avviso pubblicato sulla Azione 2.1.1 "Realizzazione di interventi strutturali e impiantistici per l'efficientamento energetico dei luoghi della cultura statali" e all'Avviso pubblicato sulla Azione

2.4.1 "Realizzazione di interventi di prevenzione e messa in sicurezza dal rischio sismico dei luoghi della cultura statali".

Materiale informativo ed editoriale

Con riferimento alle procedure selettive avviate dall'Autorità di Gestione, è stato realizzato un [video-spot informativo relativo all'Avviso sull'Azione 2.1.1. "Realizzazione di interventi strutturali e impiantistici per l'efficientamento energetico dei luoghi della cultura statali"](#), pubblicato sui canali social e istituzionali del PN Cultura 21-27.

Considerata l'importanza che rivestono le Operazioni di Importanza Strategica (OIS) nella corrente Programmazione comunitaria, nel mese di ottobre 2024 l'AdG, in raccordo con la DG Musei, ha realizzato una [Scheda informativa](#) dedicata alla "Operazione di Importanza Strategica (OIS)" dell'Azione 1.2.1 - "Creazione di una infrastruttura digitale comune per la gestione automatizzata di servizi di e-booking, biglietteria elettronica e di profilazione dell'utenza", pubblicata sul sito internet e sulla pagina Facebook del PN Cultura 21-27.

Infine, si è provveduto alla ideazione e pubblicazione sul sito del PN cultura 21-27, a partire dal mese di novembre 2024, della [Newsletter](#) progettata per presentare mensilmente notizie sull'avanzamento del Programma Nazionale Cultura 2021-2027, 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.

Di seguito, la **tabella di sintesi degli output realizzati al 31 dicembre 2024** rispetto a quanto pianificato nel Piano Esecutivo di Comunicazione 2024.

Azioni e strumenti	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	TOT
Webinar Azione 2.1.1 e Azione 2.4.1		2											2
Sito Web		1											1
Profilo Instagram												1	1
Scheda Informativa OIS											1		1
Newsletter											1		1
Video Azione 2.1.1												1	1
Totale		3									2	2	7

Per completezza di informazione, di seguito si riportano i dati di sintesi sul monitoraggio relativi all'indicatore **ISOCOM_1IT**, che misura le iniziative e i prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati, e all'indicatore **ISRCOM_1IT**, che misura il grado di interazione con i contenuti digitali del Programma, in riferimento alle azioni e agli strumenti di comunicazione per l'annualità 2024.

ISOCOM_1IT - Iniziative e prodotti di comunicazione, informazione e visibilità realizzati - annualità 2024

Azione/Strumento	Indicatore di output	gen	feb	mar	apr	mag	giu	lug	ago	sett	ott	nov	dic	TOT
Seminari e workshop e webinar	n. di seminari, workshop e webinar		2											2
Web	n. pagine news web pubblicate su sito del Programma		2	2	5	5	3	1	0	2	2	1	3	26
Social media	n. di account attivati o utilizzati										1		1	2
Materiali informativi, editoriali, promozionali	n. di prodotti realizzati (opuscoli, brochure, pubblicazioni...)											2*		2
Prodotti audio-video e multimediali	n. di prodotti multimediali/ motion graphic realizzate												1	1

*Il dato si riferisce ai singoli prodotti editoriali realizzati: la Newsletter e la Scheda Informativa OIS

ISRCOM_1IT - Grado di interazione con i contenuti digitali del Programma - annualità 2024

Pubblico base							
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Follower Facebook	*	2725	*	*	*	*	*
Follower Instagram	*	16	*	*	*	*	*
Iscritti newsletter digitale	*	261	*	*	*	*	*
Totale	0	3002	0	0	0	0	0

Contenuti base							
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
N. Post Instagram	*	7	*	*	*	*	*
N. Stories Instagram	*	4	*	*	*	*	*
N. Post Facebook	*	19	*	*	*	*	*
N. Newsletter inviate	*	2	*	*	*	*	*
N. News sito web	*	26	*	*	*	*	*
Totale	0	58	0	0	0	0	0

Interazioni							
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Visualizzazioni stories/Reel su Instagram	*	97	*	*	*	*	*
Like+commenti Post Instagram	*	20	*	*	*	*	*
Like Stories/Reel Instagram	*	8	*	*	*	*	*
Visualizzazioni post Facebook	*	4405	*	*	*	*	*
Like+commenti Post Facebook	*	143	*	*	*	*	*
Visualizzazioni/Apertura Newsletter Digitale	*	272	*	*	*	*	*
Totale	0	4945	0	0	0	0	0

Infine, si rappresenta che non nel corso dell'annualità 2024 non è stato possibile, in ragione delle esigenze attuative del Programma, pianificare iniziative per la valorizzazione dell'indicatore **ISRCOM_2IT**, che misura il grado di conoscenza della politica di coesione, quantificato sulla base di indagini campionarie.

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. Prodotti dalla Commissione europea, oltre a quanto predisposto nell'ambito delle attività del Responsabile unico per la comunicazione 2021-2027 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 2470

