



COMUNITÀ MONTANA ZONA DEL MATESE



PROGETTO

“Matese Green & Smart: Innovazione, Partecipazione e Sostenibilità”

INTERVENTO N. 4

“Geo-Turismo Esperienziale del Matese”

PIANO DELLA COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELL’INTERVENTO

Documento attuativo elaborato sulla base del Capitolato Speciale d’Appalto

CUP

E14H25000590006

Comuni pilota

Prata Sannita • Capriati a Volturno • Gallo Matese • Fontegreca

Periodo eleggibile

1 maggio - 30 giugno 2026

Versione aggiornata al periodo eleggibile | 1 maggio - 30 giugno 2026

Indice dei contenuti

- Nota metodologica e avvertenze operative
- Sintesi direzionale del Piano
- 1. Quadro dell'intervento e funzione della comunicazione
- 2. Necessità di comunicazione e promozione desunte dal Capitolato
- 3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi
- 4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità
- 5. Target, bisogni informativi e messaggi
- 6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata
- 7. Piano social media e comunicazione digitale
- 8. Piattaforma Geo-Matese, QR code e contenuti editoriali
- 9. Media relations, ufficio stampa e comunicazione istituzionale
- 10. Materiali cartacei, pannelli e gadget sostenibili
- 11. Eventi promozionali, formazione e attivazione territoriale
- 12. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo
- 13. Governance, workflow approvativo e gestione operativa
- 14. Accessibilità, privacy, diritti, sicurezza e sostenibilità
- 15. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento
- 16. Rischi comunicativi e misure di mitigazione
- Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato
- Allegato B - Calendario editoriale operativo
- Allegato C - Strumenti di monitoraggio e check-list di pubblicazione

Nota metodologica e avvertenze operative

Il presente Piano traduce in un sistema unitario di comunicazione e promozione le prescrizioni del Capitolato Speciale d'Appalto relativo all'Intervento N. 4 "Geo-Turismo Esperienziale del Matese", nell'ambito del progetto "Matese Green & Smart: Innovazione, Partecipazione e Sostenibilità". Il Piano non sostituisce il Capitolato: ne specifica l'attuazione comunicativa, raccordando prodotti, canali, attività promozionali, contenuti digitali, strumenti fisici sul territorio, eventi e monitoraggio.

Sono distinti, in modo esplicito, i requisiti minimi derivanti dal Capitolato e le scelte operative proposte per renderli eseguibili nel breve cronoprogramma dell'intervento. Le quantità indicate come minime rimangono vincolanti; le attività ulteriori qui programmate costituiscono una configurazione attuativa da validare in sede di kick-off con la Stazione Appaltante.

Aggiornamento temporale del Piano

Su indicazione della Stazione Appaltante, il presente Piano è rimodulato sulla finestra eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026. Tutte le attività editoriali, promozionali, di monitoraggio e di restituzione sono programmate entro tale intervallo. Le milestone interne qui definite dovranno essere coordinate con gli atti contrattuali e approvate in sede di avvio operativo.

Social media: canale già previsto dal Capitolato

Il presidio social non è un'integrazione estranea ai requisiti: il Capitolato include espressamente i social tra i canali del Piano, richiede banner e materiali web/social, prevede video in formato pubblicabile su web e social e impone un'attività di comunicazione digitale attiva. Il presente documento ne definisce strategia, flussi editoriali, standard qualitativi e metriche.

Sintesi direzionale del Piano

La comunicazione dell'intervento dovrà trasformare una pluralità di prestazioni tecniche - mappatura dei percorsi, geostorie, piattaforma digitale, contenuti audiovisivi, pannelli, mappe, pacchetti turistici, workshop ed eventi - in un'esperienza riconoscibile, accessibile e immediatamente fruibile. Non si tratta soltanto di "promuovere" il progetto, ma di accompagnare utenti e comunità dal primo contatto alla visita consapevole e sostenibile del territorio.

Ambito	Impostazione del Piano
Finalità centrale	Rendere il Matese riconoscibile e fruibile come destinazione di geo-turismo sostenibile, esperienziale e connessa alle comunità locali.
Target prioritari	Turisti italiani e stranieri; famiglie; scuole e giovani; escursionisti e cicloturisti; operatori, guide e associazioni; comunità locali; media.
Asset di comunicazione	Identità coordinata; piattaforma Geo-Matese; social media; materiali bilingui; video e audio; QR code; pannelli; mappe/brochure; eventi e media relations.
Output minimi ad impatto comunicativo	Almeno 4 eventi promozionali pubblici; almeno 1.500 brochure/mappe; almeno 10 pannelli; almeno 5 video; almeno 10 tracce audio; comunicazione digitale attiva.
Risultati osservabili	Piattaforma online entro il 31 maggio 2026; obiettivo indicativo di almeno 500 utenti unici entro il 19 giugno 2026; diffusione delle esperienze e attivazione di stakeholder.
Principio guida	Comunicare il territorio senza consumarlo: autenticità, accessibilità, sicurezza, sostenibilità e rispetto dei luoghi.

1. Quadro dell'intervento e funzione della comunicazione

1.1 Intervento, territorio e Comuni pilota

L'intervento riguarda lo sviluppo del turismo sostenibile attraverso il "Geo-Turismo Esperienziale nel Matese". Il territorio è descritto dal Capitolato come un contesto di elevato valore naturalistico, geologico e paesaggistico, con geositi, sentieri, aree protette e un patrimonio storico-culturale diffuso ancora da strutturare compiutamente in chiave turistica. La progettazione accompagna in modo particolare quattro Comuni pilota - Prata Sannita, Capriati a Volturno, Gallo Matese e Fontegreca - e deve generare un modello successivamente replicabile in altri Comuni della Comunità Montana.

1.2 Perché la comunicazione è una funzione strutturale

La comunicazione è integrata nell'intervento perché collega la risorsa territoriale al pubblico: rende leggibili percorsi e punti di interesse, dà voce alle geostorie, orienta la visita mediante mappe e QR code, sostiene la commercializzazione dei pacchetti esperienziali e abilita operatori e scuole a usare gli strumenti digitali. La sua efficacia dipende quindi dal coordinamento con attività tecniche, validazione scientifica, installazione fisica e gestione della piattaforma.

- trasformare dati, mappe e contenuti tecnico-scientifici in narrazioni comprensibili e invitanti;
- promuovere la visita responsabile e informata, con attenzione alla sicurezza e alla fragilità dei luoghi;
- rafforzare il senso di appartenenza delle comunità locali e la capacità promozionale degli operatori;
- generare continuità digitale oltre la fase di realizzazione, mediante piattaforma, archivi multimediali e contenuti riutilizzabili.

1.3 Coordinamento con gli altri prodotti dell'appalto

Componente dell'appalto	Funzione comunicativa
Mappatura e schede percorso	Forniscono informazioni verificabili, mappe, POI e testi bilingui da trasformare in pagine web, post, brochure e pannelli.
Geostorie e storytelling	Generano i contenuti emozionali e identitari per video, audio, rubrica social e narrazione degli eventi.
Piattaforma Geo-Matese	È il punto di atterraggio principale delle campagne e il repository aggiornabile di percorsi, eventi, pacchetti e contenuti.
Pacchetti turistici	Rendono concreta la promessa di esperienza; richiedono schede bilingui e contenuti promozionali utilizzabili dagli operatori.
Formazione e scuole	Ampliano la comunità dei divulgatori; offrono momenti documentabili e comunicabili in modo rispettoso della privacy.
Pannelli, mappe e gadget	Portano l'identità visiva nel territorio e attivano il passaggio dal supporto fisico ai contenuti digitali tramite QR code.

2. Necessità di comunicazione e promozione desunte dal Capitolato

La seguente ricognizione identifica le necessità che il Piano deve coprire. Quando una prescrizione è formulata come requisito minimo, essa è trattata come obbligatoria; quando si tratta di una scelta di articolazione operativa, è indicata come proposta del Piano, comunque coerente con il Capitolato.

Rif.	Necessità estratta	Natura	Risposta del Piano
C.1	Predisporre un Piano di comunicazione con obiettivi, target, canali e calendario coordinato con eventi, piattaforma e pannelli.	Obbligatorio	Il presente documento, calendario e workflow di coordinamento.
C.1	Perseguire awareness, coinvolgimento e invito alla visita.	Obbligatorio	Sistema di obiettivi e KPI articolato per funnel.
C.1	Rivolgersi a turisti italiani, turisti stranieri, scuole, operatori e comunità locale.	Obbligatorio	Segmentazione dei pubblici e messaggi differenziati.
C.1	Utilizzare stampa locale, social, newsletter, sito istituzionale e piattaforma Geo-Matese.	Obbligatorio	Ecosistema multicanale e piano social operativo.
C.2	Ideare identità visiva coordinata: logotipo, palette colori e font.	Obbligatorio	Linee di identità e kit grafico da sottoporre a validazione.
C.2	Realizzare brochure, locandine/manifesti per eventi, banner e materiali per web/social.	Obbligatorio	Piano materiali e specifiche d'uso.
C.2	Garantire versione bilingue italiano/inglese dei materiali destinati al pubblico turistico esterno.	Obbligatorio	Matrice lingue e controllo revisione.
C.3 / KPI	Gestire iniziative promozionali pubbliche; il KPI richiede almeno 4 eventi.	Obbligatorio	Programma di quattro eventi promozionali, adottando il valore più cautelativo.
C.3	Curare relazioni con media locali e, se possibile, con media di settore.	Obbligatorio / per media di settore condizionato	Media list, comunicati e press kit.

Rif.	Necessità estratta	Natura	Risposta del Piano
B.3	Alimentare sezioni Eventi e News nella piattaforma.	Obbligatorio	Piano editoriale web e ruoli di aggiornamento.
B.3 / G.1	Integrare QR code dei pannelli con contenuti online.	Obbligatorio	Pagine di atterraggio, tracciamento scansioni e test QR.
F.1	Produrre almeno 5 video promozionali adatti a web e social, in Full HD o superiore.	Obbligatorio	Piano video, rilanci social e archiviazione su piattaforma.
F.2	Produrre almeno 10 tracce audio, in italiano e preferibilmente in inglese o sottotitolate.	Obbligatorio	Rubrica audio/geostorie e collegamento QR.
G.1	Installare almeno 10 pannelli bilingui con mappe, sicurezza, geostorie, QR e grafica coordinata.	Obbligatorio	Piano segnaletica narrativa e check-list di controllo.
G.2	Produrre almeno 1.500 copie di brochure/mappe in italiano e inglese su carta riciclata o certificata.	Obbligatorio	Distribuzione tracciata per punti e occasioni.
G.3	Fornire almeno 200 gadget sostenibili personalizzati con l'identità del progetto.	Obbligatorio	Uso promozionale mirato e registro consegne.
E	Comunicare e sostenere workshop, attività con scuole e raccolta feedback.	Obbligatorio	Inviti, documentazione, questionari e restituzione.
5.1	Mantenere una comunicazione digitale attiva e rilevabile.	Obbligatorio	Calendario social/web, metriche e archivio prove.
5.2	Produrre report di avvio, monitoraggi sintetici e report finale con KPI e criticità.	Obbligatorio	Cruscotto KPI e schema di rendicontazione.
8 / requisiti trasversali	Tutelare proprietà intellettuale, privacy, accessibilità, sostenibilità e sicurezza.	Obbligatorio	Presidi trasversali e check-list prima della pubblicazione/evento.

Allineamento dei minimi promozionali

La Voce C richiede almeno tre iniziative promozionali, mentre la sezione KPI richiede almeno quattro eventi promozionali pubblici. Il Piano assume quale standard attuativo minimo quattro eventi, così da non esporre l'intervento al rischio di non conseguire l'indicatore più stringente.

3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi

3.1 Obiettivo generale

Costruire e rendere riconoscibile l'offerta "Geo-Matese" quale esperienza sostenibile di scoperta dei paesaggi, dei geositi, dei borghi e delle comunità del Matese, favorendo informazione, partecipazione, visita responsabile e utilizzo degli strumenti fisici e digitali realizzati dall'intervento.

3.2 Obiettivi specifici

Obiettivo	Contenuto	Evidenze / indicatori
O1 - Conoscenza	Informare sull'esistenza dell'intervento e sul valore del geo-turismo nel Matese.	Copertura stampa e digitale; visualizzazioni contenuti; presenza materiali.

Obiettivo	Contenuto	Evidenze / indicatori
O2 - Interesse	Rendere attrattivi percorsi, geostorie e pacchetti esperienziali per diversi pubblici.	Interazioni con contenuti, tempo sulle pagine, visualizzazioni video/audio.
O3 - Fruizione	Indirizzare gli utenti alla piattaforma, ai QR code e agli eventi, facilitando la pianificazione della visita.	Utenti piattaforma; scansioni QR; iscrizioni/presenze eventi; download tracce.
O4 - Partecipazione locale	Coinvolgere operatori, guide, associazioni, scuole e cittadini come protagonisti e moltiplicatori.	Workshop, partecipanti, contributi raccolti, condivisioni partner.
O5 - Reputazione sostenibile	Associare il territorio a autenticità, cura, accessibilità e rispetto dell'ambiente.	Coerenza dei messaggi, feedback, assenza di criticità reputazionali.
O6 - Continuità	Produrre contenuti riutilizzabili e una governance editoriale che consenta aggiornamenti oltre la chiusura.	Archivio sorgenti, manuali, back-office alimentato, passaggio di consegne.

3.3 Funnel comunicativo

Fase	Comportamento atteso	Touchpoint
Scoperta	Il pubblico incontra immagini, storie, notizie e inviti.	Social, stampa, sito istituzionale, partner, locandine.
Approfondimento	Il pubblico comprende identità, sicurezza, sostenibilità e opportunità di esperienza.	Geo-Matese, video, brochure, news, audio-geostorie.
Attivazione	Il pubblico visita una pagina, usa un QR, partecipa a un evento o consulta un pacchetto.	QR/pannelli, eventi, call to action digitali, schede pacchetto.
Esperienza	Il visitatore fruisce del territorio con informazioni affidabili e comportamenti responsabili.	Pannelli, mappe, schede percorso, contenuti geolocalizzati.
Condivisione e continuità	Operatori e visitatori alimentano il racconto, nel rispetto delle regole.	Feedback, contenuti partner, aggiornamenti piattaforma, report.

4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità

4.1 Architettura dell'identità

L'identità dovrà rendere immediatamente riconoscibile l'intervento e rimanere coerente su ogni supporto: piattaforma, post, banner, video, pannelli, mappe, brochure, gadget, materiali degli eventi e della formazione. La progettazione grafica dovrà integrare l'identità dell'intervento con i marchi e le indicazioni istituzionali presenti nella documentazione progettuale e con le eventuali istruzioni applicative che saranno fornite dalla Stazione Appaltante.

Elemento	Impostazione	Regola d'uso
Nome d'uso	Geo-Matese Geo-Turismo Esperienziale del Matese	Sempre associato al titolo ufficiale dell'intervento nei documenti istituzionali.
Proposta di claim narrativo	"Cammina nelle storie della terra" / "Walk through the stories of the land"	Ipotesi creativa soggetta ad approvazione; non sostituisce la denominazione ufficiale.

Elemento	Impostazione	Regola d'uso
Palette	Verde territorio, blu istituzionale, ocra roccia/borghi, neutri ad alto contrasto.	Definizione tecnica in manuale grafico; verifica accessibilità cromatica.
Tipografia	Font digitali leggibili e coerenti su stampa e web.	Licenze, leggibilità mobile e compatibilità da verificare.
Sistema iconografico	Icone per difficoltà, durata, famiglie, scuole, bici, sicurezza, POI.	Coerente su mappe, schede, pannelli e piattaforma.
Sistema fotografico	Paesaggi, dettagli geologici, borghi, gesti delle comunità, esperienza responsabile.	Liberatorie e accuratezza rispetto a percorsi effettivamente validati.

4.2 Presidio della visibilità istituzionale

Ogni prodotto destinato alla diffusione pubblica dovrà riportare le evidenze istituzionali e di finanziamento indicate e approvate dalla Stazione Appaltante, in posizione leggibile e con proporzioni coerenti. Per evitare difformità, sarà predisposto un master grafico approvato prima della produzione in serie o della pubblicazione digitale.

- master istituzionale per copertine, banner, locandine, pannelli, brochure e slide;
- area loghi non alterabile e controllo preventivo degli elaborati destinati a stampa o pubblicazione;
- versionamento dei file approvati e conservazione della prova di pubblicazione/consegna;
- verifica formale delle indicazioni di finanziamento prima dell'avvio della campagna.

4.3 Kit grafico da produrre

Prodotto	Contenuti essenziali
Manuale sintetico di identità	Logotipo, palette, tipografia, icone, area loghi, esempi corretti/non corretti.
Template digitali	Post quadrato/verticale, stories, copertine video, banner web, news, presentazioni.
Template stampa	Brochure/mappa, manifesto/locandina, pannello outdoor, cartella stampa, segnaletica evento.
Template rendicontazione	Copertina report, scheda evento, registro distribuzione materiali, dashboard KPI.

5. Target, bisogni informativi e messaggi

La comunicazione adotterà un modello pluripubblico: la medesima identità narrativa viene declinata in contenuti, lingue, call to action e livelli di approfondimento differenti. La differenziazione non frammenta il racconto, ma consente a ciascun target di trovare l'informazione utile per partecipare o visitare il territorio in modo responsabile.

Target	Bisogno prevalente	Messaggio guida	Canali	CTA
Turisti italiani slow/outdoor	Percorsi chiari, autenticità, organizzazione pratica, sicurezza.	Scopri itinerari tra geologia, paesaggio e comunità; prepara la tua esperienza in modo responsabile.	Social, Geo-Matese, mappe, video, media turismo/outdoor.	Visita la scheda percorso / partecipa a un evento.
Turisti stranieri	Informazioni affidabili in inglese, orientamento e accessibilità digitale.	Discover the Matese through landscapes, stories and sustainable experiences.	Pagine e materiali bilingui, video sottotitolati, QR.	Explore routes and practical information.

Target	Bisogno prevalente	Messaggio guida	Canali	CTA
Famiglie	Durata, facilità, sicurezza, attività coinvolgenti.	Un territorio da esplorare insieme, con percorsi e storie adatti alla famiglia.	Instagram/Facebook, brochure, eventi pilota.	Scegli un percorso family-friendly.
Scuole e giovani	Valore educativo, strumenti digitali, conoscenza del patrimonio.	La geologia e la memoria dei luoghi diventano esperienza di apprendimento.	Scuole, laboratori, piattaforma, contenuti audio/video.	Partecipa al laboratorio / scopri la geostoria.
Escursionisti e cicloturisti	Tracce, difficoltà, dislivelli, periodi e avvertenze.	Percorsi documentati per vivere il Matese con preparazione e rispetto.	Geo-Matese, pannelli QR, community outdoor, brochure.	Scarica la traccia e consulta le avvertenze.
Operatori, guide, strutture	Strumenti promozionali, pacchetti, formazione e aggiornamenti.	Geo-Matese rafforza l'offerta locale e offre contenuti utilizzabili in rete.	Workshop, newsletter, piattaforma, kit operatori.	Partecipa alla formazione / promuovi il pacchetto.
Comunità locale e associazioni	Riconoscimento, partecipazione, tutela dei luoghi.	Le storie del Matese sono un patrimonio condiviso da custodire e raccontare.	Eventi, stampa locale, Facebook, interviste.	Contribuisci / partecipa / condividi in modo responsabile.
Media e istituzioni	Dati, risultati, immagini autorizzate e notizie verificabili.	Un modello di turismo sostenibile integrato, digitale e replicabile.	Comunicati, conferenze stampa, press kit, report.	Approfondisci e racconta il progetto.

5.1 Regole linguistiche e tono di voce

- Tono divulgativo, accogliente e autorevole: emozione supportata da informazioni verificabili.
- Testi brevi e facilmente scansionabili sui canali digitali; approfondimenti nelle schede e nei contenuti narrativi.
- Italiano e inglese per i contenuti rivolti a visitatori esterni, con revisione linguistica adeguata al contesto turistico.
- Indicazioni di sicurezza e accessibilità sempre esplicite nelle schede, nei pannelli e nelle pagine di destinazione.
- Nessuna promessa di fruibilità per percorsi non validati o non pronti alla visita.

6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata

L'ecosistema di comunicazione è costruito su un principio di convergenza: i canali diffondono il racconto, ma la piattaforma Geo-Matese rappresenta il riferimento informativo aggiornabile. Ogni contenuto promozionale deve quindi, ove pertinente, rimandare a una pagina o a un'esperienza verificabile, evitando dispersione e incoerenza delle informazioni.

Canale	Ruolo	Condizioni operative
Piattaforma Geo-Matese	Hub informativo e narrativo; percorsi, POI, geostorie, pacchetti, eventi/news, video/audio.	Contenuti aggiornati, accessibili, bilingui ove destinati al turista; analitiche attivate.
Sito istituzionale	Legittimazione istituzionale, notizie ufficiali, rimando a Geo-Matese.	News di avvio, lancio e risultati; link alla piattaforma.
Social media	Awareness, coinvolgimento, storytelling visuale, promozione eventi e rilancio dei contenuti.	Piano editoriale, moderazione, accessibilità, prova delle pubblicazioni.
Newsletter / e-mail informative	Informazione mirata a operatori, stakeholder, scuole e iscritti.	Consenso privacy, segmentazione e misurazione aperture/click se disponibile.

Canale	Ruolo	Condizioni operative
Stampa e media	Rilevanza pubblica e reputazione; copertura del lancio e dei risultati.	Comunicati, inviti, press kit, immagini autorizzate.
Pannelli e QR code	Orientamento in luogo, narrazione e accesso ai contenuti online.	QR testati, pagina mobile, sicurezza e aggiornabilità.
Brochure/mappe	Supporto pratico alla visita e diffusione presso punti di accoglienza/eventi.	Bilingue, sostenibile, distribuzione registrata.
Eventi e workshop	Relazione, prova dell'esperienza, attivazione stakeholder e media.	Programma, registrazione presenze, documentazione e feedback.
Canali partner	Amplificazione tramite Comuni, operatori, associazioni, scuole.	Kit condivisibile e regole per coerenza/attribuzione.

6.1 Principi di integrazione

- Un contenuto sorgente, più declinazioni: la medesima geostoria può alimentare scheda, audio, post, pannello e intervento durante un evento.
- Call to action univoca: le campagne indirizzano prioritariamente alle pagine Geo-Matese o agli eventi ufficiali.
- Coerenza temporale: nessuna comunicazione di visita o download deve precedere validazione del percorso, disponibilità della scheda e verifica della sicurezza informativa.
- Misurabilità: QR, link tracciabili e archiviazione delle pubblicazioni permettono di documentare l'effettiva attivazione dei canali.
- Riutilizzo: file sorgente, liberatorie, traduzioni e master grafici sono organizzati per l'uso futuro della Comunità Montana.

7. Piano social media e comunicazione digitale

7.1 Obiettivo e perimetro operativo

I social media sono funzionali a far emergere il territorio durante una finestra temporale molto breve, ad accompagnare il lancio della piattaforma e a promuovere gli eventi pubblici. La pubblicazione avverrà su canali istituzionali o di progetto esistenti, ovvero su nuovi canali espressamente autorizzati dalla Stazione Appaltante. Prima dell'avvio sarà definita la titolarità degli account, l'accesso amministrativo, la policy di moderazione e il regime di conservazione delle credenziali.

7.2 Canali social proposti

Canale	Pubblico/uso	Formati	Funzione
Facebook	Comunità locale, famiglie, operatori, eventi e notizie.	Post informativi, eventi, album, video, dirette/recap quando autorizzate.	Canale prioritario per partecipazione territoriale e diffusione degli appuntamenti.
Instagram	Turisti, giovani adulti, outdoor e scoperta visuale.	Carousel, reel, stories, card itinerari, backstage, brevi geostorie.	Canale prioritario per immaginario, salvataggi e rimando a Geo-Matese.
YouTube o repository video istituzionale	Pubblico interessato ad approfondimenti e contenuti fruibili nel tempo.	Cinque video promozionali, eventuali registrazioni formative selezionate.	Archivio accessibile e incorporabile in piattaforma.

Canale	Pubblico/uso	Formati	Funzione
LinkedIn istituzionale, ove disponibile	Stakeholder, operatori, istituzioni, media di settore.	Aggiornamenti di progetto, formazione, risultati e modello replicabile.	Canale integrativo, non sostitutivo dei canali rivolti al visitatore.

7.3 Pilastri editoriali social

Pillar	Oggetto	Esempi di contenuto	Finalità
1. La terra racconta	Geositi, fenomeni naturali e "geologia per tutti".	Carousel divulgativo; reel di paesaggio; audio-geostoria.	Conoscenza e salvataggi.
2. Percorsi da vivere	Itinerari, informazioni pratiche, target, difficoltà e sicurezza.	Card percorso; mappa; teaser QR; link a scheda.	Visite alla piattaforma.
3. Comunità e identità	Testimonianze, tradizioni, borghi, artigianato e prodotti locali.	Ritratto/intervista; mini-storia; citazione autorizzata.	Coinvolgimento locale.
4. Esperienze sostenibili	Pacchetti, mobilità dolce, rispetto dei luoghi, buone pratiche.	Checklist visitatore; post esperienziale; evento.	Comportamenti responsabili.
5. Geo-Matese in azione	Piattaforma, pannelli, QR, workshop, eventi e risultati.	Tutorial breve; backstage; agenda; recap KPI.	Attivazione e trasparenza.

7.4 Output digitali programmati

Fermo restando che il requisito minimo del Capitolato è la presenza di un'attività di comunicazione digitale attiva, il seguente dimensionamento è proposto quale standard operativo adeguato alla durata dell'intervento e dovrà essere approvato nel calendario iniziale.

Formato	Volume operativo proposto	Funzione
Post feed Facebook/Instagram	Minimo operativo proposto: 24 pubblicazioni complessive nel periodo	Awareness, itinerari, eventi, piattaforma, risultati.
Stories / aggiornamenti rapidi	Minimo operativo proposto: 20 contenuti, soprattutto in prossimità degli eventi	Countdown, backstage, reminder, QR, rilancio news.
Video/reel	Riutilizzo e adattamento dei 5 video promozionali richiesti dal Capitolato	Visualizzazione mobile, sottotitoli, call to action.
News Geo-Matese / sito	Minimo operativo proposto: 8 aggiornamenti	Avvio, lancio, eventi, materiali, risultati.
Newsletter / mailing mirati	Minimo operativo proposto: 4 invii o comunicazioni equivalenti	Invito eventi, lancio piattaforma, workshop, restituzione.
Campagna sponsorizzata	Eventuale, soltanto se autorizzata e compatibile con quadro economico e regole applicabili	Amplificazione territoriale/geografica documentata.

7.5 Regole editoriali, accessibilità e moderazione

- Ogni contenuto relativo a percorsi reca, quando necessario, link alla scheda aggiornata e avvertenze pratiche; non si promuovono tratti non validati.

- I video destinati alla diffusione digitale includono sottotitoli o testo equivalente; le immagini informative sono accompagnate da descrizioni accessibili.
- I contenuti rivolti al pubblico turistico esterno prevedono versione inglese, bilingue nello stesso contenuto o su pagina di atterraggio collegata.
- Commenti e messaggi sono monitorati con tempi di risposta definiti; segnalazioni su sicurezza o stato dei percorsi sono inoltrate al responsabile competente prima di risposte sostanziali.
- Fotografie e riprese di persone, in particolare minori in attività scolastiche, sono pubblicate esclusivamente sulla base delle autorizzazioni necessarie.
- Le statistiche dei canali sono raccolte in forma aggregata ai fini di monitoraggio, senza diffusione non necessaria di dati personali.

8. Piattaforma Geo-Matese, QR code e contenuti editoriali

La piattaforma Geo-Matese costituisce il centro della strategia digitale. I social e gli altri canali generano attenzione; la piattaforma offre informazioni strutturate, consultabili su dispositivi mobili e aggiornabili nel tempo. La comunicazione dovrà pertanto essere pianificata contestualmente alla disponibilità effettiva dei moduli funzionali e dei contenuti validati.

Area piattaforma	Contenuto comunicativo	Uso promozionale
Home / identità	Presentazione dell'esperienza Geo-Matese, valore della sostenibilità, accesso rapido a percorsi, storie, eventi e pacchetti.	Bilingue per i contenuti turistici principali.
Mappa interattiva	Filtri per difficoltà, durata e target; POI; accesso alle schede.	Promossa tramite post "trova il tuo percorso".
Schede percorsi e POI	Descrizione, dati tecnici, foto, sicurezza, accessibilità, tracce, geostorie e multimedia.	Pagine di destinazione per QR e campagne.
Le Storie del Matese	Raccolta di geostorie, audio e video.	Rubrica seriale social con rinvio alla raccolta.
Pacchetti turistici	Almeno cinque proposte esperienziali con dettagli pratici e contatti se previsti.	Contenuti per operatori e promozione tematica.
Eventi e News	Agenda, aggiornamenti, lancio, workshop, recap e comunicazioni operative.	Aggiornamento tempestivo e archiviazione.
Back-office / statistiche	Gestione dei contenuti e analisi degli accessi.	Fonte per report KPI e continuità futura.

8.1 Gestione dei QR code

Fase	Regola
Progettazione	Ogni pannello associa il QR a una pagina stabile, mobile-first e coerente con il luogo/percorso.
Validazione prima della stampa	Test di apertura, lingua, accessibilità, velocità e correttezza del contenuto; conservazione dell'esito.
Misurazione	Uso di collegamenti monitorabili o parametri di campagna, nel rispetto della privacy, per contare scansioni e interesse.
Manutenzione	URL permanenti o reindirizzabili dal back-office; controllo periodico dei link nel periodo di garanzia/assistenza.

Fase	Regola
Sicurezza informativa	L'utente è indirizzato alle avvertenze aggiornate e non è indotto a percorrere itinerari non verificati.

9. Media relations, ufficio stampa e comunicazione istituzionale

9.1 Obiettivi

L'attività verso i media deve assicurare visibilità pubblica all'intervento, favorire la partecipazione agli appuntamenti e trasferire una narrazione accurata del Matese come destinazione sostenibile. Il rapporto con i media locali è esplicitamente richiesto; l'attivazione di media turistici, outdoor, ambientali e culturali sarà perseguita quando compatibile con tempi e opportunità editoriali.

Prodotto	Contenuto	Tempistica
Media list	Testate locali, cronaca territoriale, canali istituzionali, media regionali e selezione di media tematici.	Avvio; aggiornamento continuo.
Press kit digitale	Scheda progetto, scheda intervento, dati essenziali, immagini autorizzate, programma eventi, contatti.	Prima del lancio pubblico.
Comunicati stampa	Avvio/presentazione; messa online Geo-Matese; evento esperienziale; risultati/conclusione.	Almeno quattro occasioni coerenti con il programma.
Inviti stampa	Inviti a eventi, demo piattaforma e attività territoriali compatibili con sicurezza e capienza.	Prima di ogni iniziativa pubblica.
Rassegna stampa	Raccolta uscite e menzioni, con data, mezzo, tema e copia/collegamento archiviato.	Aggiornamento dopo ogni azione media.

9.2 Comunicazione istituzionale e partner

I Comuni pilota, la Comunità Montana, gli operatori e le associazioni rappresentano moltiplicatori decisivi. Essi riceveranno materiali già approvati - testi brevi, visual, link alla piattaforma, locandine digitali, informazioni sugli eventi - in modo da garantire rilanci tempestivi e coerenti. Le condivisioni partner non sostituiscono le pubblicazioni ufficiali, ma ne amplificano la portata e sono documentate ai fini del monitoraggio.

10. Materiali cartacei, pannelli e gadget sostenibili

10.1 Brochure e mappe

Le almeno 1.500 copie di brochure/mappe costituiscono il principale supporto pratico per la diffusione fisica dell'offerta. Il documento dovrà essere bilingue, leggibile, tascabile e stampato su carta riciclata o certificata, integrando identità visiva, indicazioni istituzionali, mappa semplificata, percorsi selezionati, QR code, norme di fruizione responsabile e rimando alla piattaforma.

Punto/occasione	Finalità	Evidenza
Eventi promozionali pubblici	Consegna controllata ai partecipanti; supporto alla scoperta dei percorsi.	Registro per evento e residuo.
Sedi dei Comuni pilota / Comunità Montana	Disponibilità istituzionale e informativa per cittadini e visitatori.	Verbale o scheda consegna.

Punto/occasione	Finalità	Evidenza
Operatori e strutture aderenti	Supporto alla promozione e all'accoglienza.	Elenco punti distributivi.
Workshop e attività con scuole	Uso didattico e orientamento alle esperienze.	Registro distribuzione dedicato.
Punti di interesse/infopoint individuati	Accesso fisico sul territorio, ove autorizzato.	Rifornimenti e controllo disponibilità.

10.2 Pannelli informativi outdoor

Profilo	Prescrizione operativa
Contenuto minimo	Titolo del luogo/percorso; testo bilingue; geostoria; informazioni di sicurezza; mappa; QR code.
Design	Grafica coordinata all'identità dell'intervento e leggibilità in ambiente outdoor.
Materiali	Soluzioni eco-compatibili e resistenti, secondo le specifiche e i CAM applicabili.
Collocazione	Almeno dieci punti strategici dei percorsi, definiti e autorizzati con la Stazione Appaltante.
Controllo	Prova QR, verifica stabilità/sicurezza, foto installazione e verbale di consegna.

10.3 Gadget sostenibili

I gadget, in numero complessivo non inferiore a 200 pezzi, devono essere coerenti con l'esperienza outdoor e con la sostenibilità del progetto. La distribuzione sarà mirata e documentata, privilegiando iniziative pubbliche, attività con stakeholder e momenti in cui il gadget funzioni da promemoria utile dell'identità Geo-Matese e della piattaforma digitale.

11. Eventi promozionali, formazione e attivazione territoriale

11.1 Programma minimo di eventi promozionali pubblici

Per garantire il conseguimento del KPI più stringente, il Piano programma almeno quattro eventi promozionali pubblici. La distribuzione proposta nei quattro Comuni pilota assicura equilibrio territoriale e connessione con le diverse funzioni dell'intervento; sedi, date e configurazione definitiva dovranno essere validate dalla Stazione Appaltante in relazione a permessi, sicurezza, stato dei percorsi e disponibilità degli attori locali.

Evento	Sede proposta	Target	Finalità	Output/condizioni
E1 - Presentazione pubblica e media briefing	Prata Sannita (proposta)	Istituzioni, media, comunità, operatori	Presentare intervento, identità, percorsi in sviluppo, calendario e opportunità di partecipazione.	4-6 giugno 2026; comunicato, locandina, registrazione presenze, foto autorizzate.
E2 - Lancio Geo-Matese e demo digitale	Capriati a Volturno (proposta)	Turisti, operatori, scuole, media	Mostrare mappa, geostorie, QR, pacchetti e funzionalità digitali.	8-10 giugno 2026; tutorial, QR dimostrativi, survey utenti.
E3 - Geo-walk educativo/family	Fontegreca (proposta)	Famiglie, scuole, giovani, associazioni	Far sperimentare il racconto del territorio e le regole di visita responsabile.	13-16 giugno 2026; percorso solo se validato e in sicurezza; piano evento.

Evento	Sede proposta	Target	Finalità	Output/condizioni
E4 - Esperienza outdoor e restituzione territoriale	Gallo Matese (proposta)	Operatori, escursionisti, comunità, media di settore	Promuovere pacchetti, mostrare risultati e attivare continuità della rete.	17-19 giugno 2026; kit risultati e raccolta feedback.

11.2 Comunicazione di workshop e attività con scuole

Le attività formative previste dal Capitolato devono essere integrate nel racconto di progetto senza sovrapporsi agli eventi promozionali. Gli almeno due workshop rivolti a operatori e stakeholder saranno supportati da inviti mirati, programma, materiali digitali, documentazione dell'erogazione e questionario finale. Le attività con le scuole saranno promosse in accordo con gli istituti e nel rispetto rafforzato della tutela dei minori e della pubblicazione di immagini.

Ambito	Supporto comunicativo	Evidenza
Operatori/stakeholder	Invito segmentato; agenda; kit digitale; reminder; sintesi finale condivisibile.	Iscrizioni/presenze; questionario; numero operatori formati.
Scuole/giovani	Comunicazione con referente scolastico; scheda didattica; contenuti adeguati; liberatorie se necessarie.	Numero partecipanti; feedback docente/studenti; materiali prodotti.
Sessioni piattaforma	Registrazione delle almeno due sessioni formative sull'uso di Geo-Matese e pubblicazione online.	Link/archivio registrazioni; accessi; manuali associati.

12. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo

La finestra eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026 richiede un impianto editoriale concentrato e parallelo alla produzione tecnica. Il calendario non può attendere la conclusione di tutte le attività: deve accompagnare il progetto, distinguendo contenuti di avvio, contenuti validati per la visita, promozione degli appuntamenti e restituzione dei risultati entro il termine di eleggibilità.

Periodo	Fase	Azioni comunicative	Output
1-10 maggio 2026	Avvio e preparazione	Kick-off operativo; approvazione Piano e identità; definizione messaggi; attivazione rubriche; raccolta contenuti; informazione agli stakeholder.	Piano aggiornato; kit grafico; primo comunicato/news; calendario social; mailing stakeholder.
11-31 maggio 2026	Produzione e pre-lancio	Racconto dei percorsi e delle geostorie in validazione; backstage; inviti agli eventi; preparazione materiali, QR e asset audiovisivi; lancio della piattaforma.	Geo-Matese online entro il 31 maggio; asset video/audio; locandine; press kit; campagne di lancio.
1-19 giugno 2026	Lancio e massima attivazione	Quattro eventi promozionali; comunicazione intensiva; distribuzione brochure/mappe; promozione pannelli e QR; valorizzazione dei pacchetti.	Eventi documentati; utenti piattaforma misurati al 19 giugno; contenuti digitali attivi; registro distribuzione.

Periodo	Fase	Azioni comunicative	Output
20-26 giugno 2026	Chiusura e continuità	Raccolta dati; comunicazione dei risultati; restituzione pubblica digitale; report; passaggio strumenti e indicazioni di continuità editoriale.	Dashboard KPI; report finale; archivio asset; proposta di prosecuzione; documentazione per collaudo.

12.1 Cadenza editoriale proposta

Fase	Frequenza indicativa	Obiettivo
Avvio	2–3 pubblicazioni settimanali + news/comunicato iniziale	Costruzione riconoscibilità, stakeholder engagement.
Pre-lancio	3–4 pubblicazioni settimanali + stories di preparazione + inviti	Attesa piattaforma/eventi e presentazione dei contenuti.
Lancio	Pubblicazione quasi giornaliera in prossimità degli eventi; stories live/recap autorizzate	Partecipazione, traffico a Geo-Matese, distribuzione materiali.
Chiusura	2–3 pubblicazioni di risultati e continuità + news finale	Trasparenza, reputazione, uso successivo degli strumenti.

12.2 Principio di pubblicabilità dei contenuti

Regola operativa

La pubblicazione di un percorso, di un QR o di una call to action alla visita è subordinata alla disponibilità della scheda corretta, alla validazione dei dati essenziali e alla verifica delle informazioni di sicurezza e accessibilità. Fino a quel momento sono ammessi contenuti di racconto del progetto e di valorizzazione generale del territorio, senza invito a percorrere itinerari non confermati.

13. Governance, workflow approvativo e gestione operativa

13.1 Organizzazione delle responsabilità

Ruolo	Responsabilità nel Piano
Stazione Appaltante / RUP / Direzione dell'esecuzione	Indirizzo, approvazione dei contenuti e dei master, raccordo con i Comuni, validazione delle decisioni sensibili e controllo dei KPI.
Responsabile della comunicazione dell'Appaltatore	Coordinamento del Piano, calendario, relazioni media, controllo qualità e consegna delle evidenze.
Social/digital content manager	Produzione e pubblicazione contenuti digitali, monitoraggio canali, gestione commenti, dashboard.
Responsabile piattaforma	Messa online, pagine di destinazione, QR, analitiche, aggiornamenti Eventi/News e assistenza.
Referente scientifico/editoriale	Verifica geologia, natura, cultura, sicurezza informativa e correttezza delle geostorie.
Traduzione/revisione linguistica	Controllo delle versioni inglesi dei contenuti turistici rivolti all'esterno.

Ruolo	Responsabilità nel Piano
Event manager / referente sicurezza	Logistica, permessi, sicurezza, presenze, materiali e documentazione degli eventi.
Comuni pilota e stakeholder	Condivisione informazioni locali, diffusione dei materiali approvati e supporto alla partecipazione.

13.2 Workflow di produzione e approvazione

Fase	Attività	Evidenza
1. Programmazione	Il responsabile comunicazione prepara calendario bisettimanale con contenuto, canale, data, asset e CTA.	Calendario condiviso.
2. Produzione	Redazione testi, visual, traduzioni, video/audio o materiali stampa sulla base di contenuti validati.	Bozze numerate.
3. Controllo tecnico	Verifica dati percorso, POI, geostorie, sicurezza, accessibilità e corretto collegamento QR.	Check-list firmata/registrata.
4. Validazione istituzionale	Approvazione della Stazione Appaltante per prodotti pubblici e contenuti sensibili.	E-mail/verbale o repository approvazioni.
5. Pubblicazione/distribuzione	Diffusione sui canali programmati o consegna materiale fisico.	Link, screenshot, verbali, fotografie.
6. Monitoraggio	Raccolta KPI, commenti/segnalazioni, evidenze di partecipazione e rassegna stampa.	Dashboard aggiornata.
7. Correzione	Eventuali aggiornamenti a pagine, QR, messaggi o calendario in base a dati e criticità.	Registro revisioni.

13.3 Repository e nomenclatura degli asset

Per garantire tracciabilità e consegna finale, i materiali saranno organizzati in un repository concordato con la Stazione Appaltante, con cartelle per identità, testi, traduzioni, foto e liberatorie, video, audio, social, web, stampa, eventi, report e sorgenti. Ogni file pubblico dovrà riportare versione, data e stato di approvazione, evitando che bozze non validate vengano pubblicate o stampate.

14. Accessibilità, privacy, diritti, sicurezza e sostenibilità

14.1 Accessibilità e inclusione

Profilo	Presidio
Accessibilità digitale	Layout responsive, testi leggibili, navigazione e contenuti compatibili con requisiti applicabili; controllo contrasto e testi alternativi.
Video e audio	Sottotitoli o trascrizioni per video; informazioni testuali equivalenti per i contenuti audio; volume e dizione comprensibili.
Lingue	Italiano e inglese per materiali turistici esterni; revisione dei contenuti prioritari e coerenza terminologica.

Profilo	Presidio
Accessibilità fisica informativa	Indicazione nei percorsi di eventuali tratti adatti a persone con mobilità ridotta o family-friendly, soltanto se verificata.
Inclusione	Rappresentazione rispettosa delle comunità e valorizzazione di pubblici diversi senza stereotipi.

14.2 Privacy, liberatorie e gestione dei dati

- Informative e consensi per newsletter, iscrizioni a eventi o altre raccolte di dati personali; raccolta limitata ai dati necessari.
- Liberatorie per l'utilizzo di immagini, video o testimonianze identificabili; particolare cautela per minori e attività con scuole.
- Gestione sicura degli accessi ai canali social, alla piattaforma e al repository; ruoli e credenziali consegnabili alla Stazione Appaltante.
- Monitoraggio mediante dati aggregati e strumenti compatibili con gli obblighi di protezione dati; eventuali cookie/analitiche disciplinati sulla piattaforma.
- Conservazione ordinata delle autorizzazioni e delle prove di approvazione/pubblicazione.

14.3 Proprietà intellettuale e riuso

Tutti i contenuti prodotti - testi, fotografie, audio, video, grafica, codice e materiali connessi - dovranno essere consegnati secondo quanto previsto dal Capitolato, con file sorgente quando rilevanti e formati riutilizzabili. Il piano di produzione dovrà quindi privilegiare asset modulari e licenze/cessioni compatibili con l'acquisizione dei diritti di utilizzazione economica da parte della Comunità Montana per finalità istituzionali.

14.4 Sostenibilità ambientale e sicurezza

Ambito	Applicazione al Piano
Supporti fisici	Carta riciclata o certificata; materiali eco-compatibili e resistenti per pannelli; gadget coerenti con i CAM applicabili.
Digitale / Green ICT	Ottimizzazione del peso di immagini e video, formati efficienti, hosting e caching coerenti con le indicazioni progettuali.
Eventi	Materiali biodegradabili per la gestione dei rifiuti ove previsti; logistica essenziale; inviti digitali quando efficaci.
Sicurezza	Comunicazione di avvertenze sui percorsi; segnaletica eventi; procedure e dotazioni previste per attività outdoor e installazioni.
Messaggi	Promozione di mobilità dolce, rispetto degli ambienti naturali, non abbandono rifiuti e comportamenti responsabili.

15. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento

15.1 Indicatori minimi e indicatori gestionali

Il sistema di misurazione combina indicatori espressamente previsti dal Capitolato con metriche gestionali utili a comprendere l'efficacia delle attività. Gli indicatori contrattuali restano prioritari; le metriche social e di interazione non sostituiscono i KPI minimi ma aiutano a ottimizzare la campagna e a documentarne la qualità.

Indicatore	Target minimo	Fonte di verifica	Frequenza
Evento promozionale pubblico	≥ 4	Programmi approvati; registri presenze; fotografie autorizzate; materiali; verbali/schede evento.	Dopo ogni evento / report finale
Brochure/mappe distribuite	≥ 1.500	Quantità consegnate e registro distribuzione per punto/occasione.	Settimanale in fase lancio
Comunicazione digitale attiva	Presenza di post, news, campagne	Calendario, link/screenshot pubblicazioni, insights disponibili.	Settimanale
Piattaforma operativa	Online entro il 31 maggio 2026	Verbale/test, URL operativo, verifiche device e accessibilità.	Milestone
Utenti unici Geo-Matese	≥ 500 entro il 19 giugno 2026 - obiettivo indicativo	Analitiche della piattaforma, configurate in modo conforme alla privacy.	Al 19 giugno / finale
Contenuti multimediali caricati	≥ 15 complessivi	Inventario video/audio/RA pubblicati o integrati.	Pre-lancio / finale
Video promozionali	≥ 5	File master e versioni web/social; pagine/URL di pubblicazione.	Pre-lancio / finale
Audio-guide / podcast	≥ 10	File e pagine associate; QR se collegati.	Pre-lancio / finale
Pannelli informativi	≥ 10	Verbali installazione, fotografie, test QR.	Installazione / finale
Workshop operatori/stakeholder	≥ 2; ≥ 20 partecipanti complessivi	Agende, presenze, materiali e questionari.	Dopo sessione / finale

15.2 Metriche digitali e social complementari

Metrica	Finalità valutativa
Copertura e impression	Misurare l'esposizione dei contenuti per fase e canale.
Interazioni e tasso di engagement	Comprendere quali temi attivano maggiormente comunità e visitatori.
Visualizzazioni video e completamento	Valutare l'efficacia delle clip e dei reel adattati.
Click verso Geo-Matese	Misurare il passaggio dall'awareness all'approfondimento.
Scansioni QR	Connettere pannelli/materiali fisici alla fruizione digitale.
Download tracce / visite schede percorso	Stimare l'interesse operativo alla visita.
Iscrizioni e presenze eventi/workshop	Valutare l'attivazione reale dei pubblici.
Uscite media e rilanci partner	Documentare la capacità di amplificazione territoriale e tematica.
Feedback qualitativi	Rilevare chiarezza, utilità, accessibilità percepita e suggerimenti.

15.3 Reportistica

Documento	Tempistica	Contenuto minimo
Report di avvio	Maggio 2026, a seguito del kick-off	Piano operativo dettagliato, Piano di comunicazione, calendario, asset da produrre, baseline e modalità di misurazione.
Report sintetico di avanzamento	Maggio 2026 / prima metà di giugno, secondo cadenza concordata	Stato attività, materiali pronti/pubblicati, piattaforma, KPI parziali, criticità e azioni correttive.
Dashboard di lancio	19 giugno 2026	Eventi realizzati o in corso, utenti piattaforma, contenuti pubblicati, distribuzione materiali e prime evidenze social/media.
Report finale	Entro il 26 giugno 2026 / collaudo	Attività eseguite, indicatori raggiunti, evidenze, criticità, lezioni apprese, raccomandazioni di continuità.

16. Rischi comunicativi e misure di mitigazione

Rischio	Effetto	Mitigazione	Presidio
Tempistica molto concentrata	Ritardo nel rilascio dei materiali o sovrapposizione delle azioni.	Approvazione rapida del calendario; master riutilizzabili; produzione parallela; riunione breve di avanzamento settimanale.	Responsabile comunicazione / RUP
Mancato allineamento alla finestra 1 maggio - 26 giugno 2026	Pianificazione incoerente e rischio di inammissibilità o ritardi negli output.	Validazione del cronoprogramma aggiornato in fase iniziale; controllo periodico delle scadenze; calendario versionato.	RUP
Ritardo o malfunzionamento Geo-Matese	Campagna senza pagina di atterraggio o QR inefficaci.	Pagine prioritarie e QR testati prima di stampa; piano di pubblicazione subordinato alla messa online.	Responsabile piattaforma
Percorsi non validati o condizioni avverse	Inviti alla visita non sicuri; reputazione e sicurezza.	Regola di pubblicabilità; aggiornamenti tempestivi; rinvio/rimodulazione evento outdoor.	Referente tecnico / Event manager
Errori nelle traduzioni o nei contenuti scientifici	Perdita di affidabilità presso visitatori e media.	Revisione linguistica e tecnico-scientifica preventiva.	Referenti editoriali
Uso improprio di immagini/dati personali	Violazioni privacy e criticità reputazionali.	Liberatorie, informativa, controllo prima della pubblicazione e gestione accessi.	Responsabile comunicazione
Identità/obblighi visibilità non conformi	Materiali da ristampare o non ammissibili.	Master istituzionale approvato prima della produzione seriale.	RUP / Designer
Bassa diffusione digitale	Ridotto traffico e scarsa partecipazione agli eventi.	Rilanci partner, media locali, eventuale promozione sponsorizzata autorizzata, ottimizzazione dei contenuti.	Social manager
Distribuzione materiali non tracciata	Difficoltà nel dimostrare KPI.	Registro consegne e riepilogo quantitativo periodico.	Event manager

Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato

La matrice è utilizzabile sia in fase di approvazione del Piano sia come check-list di verifica per il collaudo delle attività di comunicazione e promozione. La colonna “Evidenza attesa” specifica la documentazione da conservare nel repository di progetto.

Voce	Requisito	Status	Evidenza attesa
Piano di comunicazione	Documento con obiettivi, target, canali e calendario	Obbligatorio	Piano approvato e versione finale
Obiettivi	Awareness, coinvolgimento, invito alla visita	Obbligatorio	Sezione strategica e KPI
Target	Italiani, stranieri, scuole, operatori, comunità locale	Obbligatorio	Matrice target/messaggi
Canali	Stampa locale, social, newsletter, sito istituzionale, Geo-Matese	Obbligatorio	Calendario e prove di attivazione
Identità visiva	Logotipo, palette e font coordinati	Obbligatorio	Manuale sintetico e master approvati
Brochure promozionali	Realizzazione e versione bilingue per pubblico esterno	Obbligatorio	File esecutivo, visto stampa, copie
Locandine/manifesti	Materiali per eventi	Obbligatorio	File approvati e prove distribuzione/pubblicazione
Banner web/social	Materiali digitali coordinati	Obbligatorio	Asset e screenshot
Iniziative promozionali	Minimo prudenziale adottato: 4 eventi pubblici	Obbligatorio	Schede evento e registri
Media relations	Media locali e, ove possibile, media di settore	Obbligatorio/condizionato	Media list, comunicati, rassegna
Piattaforma Eventi/News	Aggiornamenti e calendario	Obbligatorio	Pagine online e registro aggiornamenti
Video	Almeno 5 clip da 1–3 minuti, qualità Full HD o superiore, formato web/social	Obbligatorio	File e link pubblicazione
Audio	Almeno 10 tracce da 3–7 minuti, italiano e preferibilmente inglese/sottotitoli	Obbligatorio	File e integrazione piattaforma
Realtà aumentata	Contenuti per punti chiave se previsti	Condizionato	Documentazione e demo, se attivati
Pannelli	Almeno 10; bilingui; mappe; sicurezza; QR; grafica coordinata	Obbligatorio	Foto, verbali, test QR
Brochure/mappe cartacee	Almeno 1.500 copie; italiano/inglese; carta riciclata/certificata	Obbligatorio	DDT/verbali e registro distribuzione
Gadget	Almeno 200 pezzi; sostenibili; personalizzati	Obbligatorio	Schede tecniche, consegne, registro
Workshop	Almeno 2; supporto comunicativo e materiali digitali	Obbligatorio	Agende, presenze, questionari
Sessioni uso piattaforma	Almeno 2 sessioni registrate e online	Obbligatorio	Registrazioni e pagine

Voce	Requisito	Status	Evidenza attesa
KPI utenti piattaforma	Almeno 500 utenti unici entro il 19 giugno 2026, obiettivo indicativo rimodulato sulla finestra eleggibile	Indicativo	Analitiche aggregate
KPI comunicazione digitale	Post, news e campagne attive	Obbligatorio	Archivio pubblicazioni e insight
Reportistica	Avvio, avanzamento, finale	Obbligatorio	Report firmati/consegnati
Privacy e diritti	Dati personali, autorizzazioni e cessione/riuso asset	Obbligatorio	Informative, liberatorie, sorgenti
Sostenibilità	CAM/DNSH e uso di materiali sostenibili	Obbligatorio	Schede materiali e documentazione

Allegato B - Calendario editoriale operativo

Il calendario seguente dettaglia la sequenza attuativa rimodulata nella finestra eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026. Le date definitive degli eventi e i soggetti coinvolti saranno validati al kick-off; i contenuti che implicano visita a percorsi o uso di QR saranno pubblicati soltanto dopo validazione tecnica.

Finestra	Pillar	Contenuto	Canale	Obiettivo	Note/output
1-3 mag.	Istituzionale	Avvio attività, periodo eleggibile e identità del progetto	Sito istituzionale, Facebook, partner	Presentare intervento, Comuni pilota e finalità	News + visual approvato
4-8 mag.	Governance	Diffusione calendario agli stakeholder	E-mail/newsletter mirata	Attivare operatori e associazioni	Mailing list e conferme
6-10 mag.	Storytelling	Perché geo-turismo sostenibile nel Matese	Instagram/Facebook	Awareness e posizionamento	Carousel bilingue essenziale
11-15 mag.	Comunità	Raccolta di voci e storie locali	Social + contatto stakeholder	Coinvolgimento e materiali narrativi	Call controllata / interviste
18-22 mag.	Piattaforma	Geo-Matese: cosa consentirà di fare	Social, sito	Preparare al lancio digitale	Teaser funzionale
25-27 mag.	Percorsi	Dietro le quinte della mappatura	Instagram/Facebook	Mostrare metodo e cura	Contenuto non orientato alla visita
27-29 mag.	Geostorie	Prima storia del territorio	Social + news Geo-Matese se online	Interesse narrativo	Testo/audio preview
29-31 mag.	Eventi	Save the date delle iniziative pubbliche e apertura inviti	Tutti i canali	Partecipazione	Locandina e modulo info
30-31 mag.	Lancio digitale	Geo-Matese online: esplora mappe e storie	Piattaforma, social, stampa	Traffico e riconoscibilità	Comunicato + video teaser
1-3 giu.	Materiali/QR	Mappe e pannelli: dal territorio al digitale	Social, sito, evento	Spiegare l'uso dei QR	Demo controllata
4-6 giu.	Evento E1	Presentazione pubblica e media briefing	Stampa, social, partner	Partecipazione e copertura	Invito, reminder, recap

Finestra	Pillar	Contenuto	Canale	Obiettivo	Note/output
8-10 giu.	Evento E2	Demo Geo-Matese	Social, newsletter, piattaforma	Utilizzo della piattaforma	Tutorial/video breve
10-12 giu.	Esperienze	Pacchetti e turismo responsabile	Piattaforma, social	Invito alla scoperta	Schede validate
13-16 giu.	Evento E3	Geo-walk educativo/family	Social, scuole, stampa locale	Coinvolgimento famiglie/giovani	Comunicazione sicurezza
17-19 giu.	Evento E4	Outdoor e restituzione territoriale	Social, partner, media	Stakeholder e visitatori	Racconto e feedback
19 giu.	Misurazione	Primi risultati, ringraziamenti e checkpoint KPI	News + social	Trasparenza e consolidamento	Dati validati e non sensibili
20-23 giu.	Continuità	Le storie restano online: come usare Geo-Matese	Piattaforma, social	Uso post-progetto	Tutorial / FAQ
24-26 giu.	Chiusura	Risultati dell'intervento, continuità e chiusura del periodo eleggibile	Sito, piattaforma, social, stampa	Accountability e continuità	News finale / press note

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

C.1 Registro delle evidenze

Registro	Campi minimi
Pubblicazione digitale	Data; canale; titolo; URL/permalink; lingua; CTA; asset; screenshot; reach/interazioni; approvazione.
News/piattaforma	Data; sezione; contenuto; versione; lingua; stato pubblicazione; analitiche; revisione.
QR/pannello	Codice; posizione; URL; data test; esito; foto; eventuale aggiornamento; responsabile.
Distribuzione stampa/gadget	Data; luogo; quantità consegnata; destinatario/punto; documento di consegna; residuo.
Evento	Titolo; data; sede; programma; pubblico; presenze; materiali; privacy; foto; feedback; criticità.
Media relations	Testata; contatto; comunicato inviato; uscita; data; copia; tono/argomento; follow-up.

C.2 Check-list prima della pubblicazione di un contenuto

Controllo	Domanda di verifica
Identità e visibilità	Sono presenti denominazione corretta, loghi e diciture approvate ove richiesti?
Coerenza informativa	Dati, luoghi, date, nomi, target e CTA sono corretti e approvati?
Validazione tecnica	Se il contenuto riguarda un percorso, scheda, sicurezza e accessibilità sono state verificate?
Lingua	È richiesta la versione inglese? La traduzione è stata revisionata?
Accessibilità	Contrasto, leggibilità, testo alternativo e sottotitoli/trascrizioni sono adeguati?

Controllo	Domanda di verifica
Privacy e diritti	Immagini, testimonianze, musiche e dati personali sono utilizzabili e documentati?
QR/link	Il collegamento è funzionante, mobile e indirizza alla pagina corretta?
Tracciabilità	Sono registrati versione, approvazione, data e canale di pubblicazione?

C.3 Scheda sintetica per ogni evento promozionale

Sezione scheda	Contenuto richiesto
Identificazione	Titolo, codice evento, data, sede, Comune, referenti.
Finalità e target	Obiettivi, pubblici attesi, messaggi, collegamento ai prodotti Geo-Matese.
Programma	Orari, relatori/guide, attività, strumenti digitali e materiali.
Promozione	Inviti, post, newsletter, media, locandine, partner coinvolti.
Logistica e sicurezza	Accessibilità sede/percorso, autorizzazioni, DPI/segnalatica ove necessari, gestione condizioni meteo.
Privacy	Informative, registrazione presenze, autorizzazioni immagini e particolare tutela minori.
Risultati	Presenze, materiali distribuiti, QR/scansioni, contenuti pubblicati, uscite stampa, feedback.
Evidenze	Foto autorizzate, registri, copie materiali, verbali, screenshot e link archiviati.

Conclusione operativa

Il Piano configura la comunicazione come infrastruttura del progetto: integra narrazione, orientamento alla visita, promozione, partecipazione locale e monitoraggio. La sua attuazione richiede rapidità nelle validazioni, certezza delle informazioni tecniche e presidio continuo dei canali digitali e fisici. Con l'approvazione del calendario, dell'identità e dei ruoli, l'intervento potrà avviare una comunicazione coerente con le prescrizioni del Capitolato e capace di generare valore durevole per i Comuni pilota e per l'intero territorio del Matese.

Decisioni da assumere in sede di kick-off

Confermare formalmente la finestra eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026 e le milestone interne; approvare master istituzionale e identità visiva; individuare account social e procedure di accesso; validare sedi/date degli eventi; definire canali di approvazione rapida; confermare strumenti di analitica e raccolta dati; approvare piano di distribuzione dei materiali.

Fonte documentale di riferimento: Capitolato Speciale d'Appalto - Intervento N.4 "Geo-Turismo Esperienziale del Matese", Progetto "Matese Green & Smart: Innovazione, Partecipazione e Sostenibilità".