



COMUNITÀ MONTANA ZONA DEL MATESE



PROGETTO

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

INTERVENTO N. 5

“Matese Building Lab”

PIANO DELLA COMUNICAZIONE E PROMOZIONE DELL'INTERVENTO

Documento attuativo elaborato sulla base del Capitolato Speciale d'Appalto

CUP

E14H25000600006

Comuni pilota

Ailano • Valle Agricola • Pratella • Castello del Matese

Periodo eleggibile

1 maggio - 30 giugno 2026

Versione predisposta sul periodo eleggibile | 1 maggio - 30 giugno 2026

Indice dei contenuti

- Nota metodologica e avvertenze operative
- Sintesi direzionale del Piano
- 1. Quadro dell'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 Building Lab, e-learning e onboarding digitale
- 9. Media relations, stakeholder engagement e comunicazione istituzionale
- 10. Materiali promozionali, gadget green e supporti per la formazione
- 11. Eventi, workshop 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. 5 "Matese Building Lab: Scuola Edile Sostenibile". La comunicazione è qui considerata una funzione trasversale: deve rendere riconoscibile l'intervento, intercettare i destinatari della formazione, accompagnarne l'iscrizione e la fruizione digitale, valorizzare eventi, materiali e risultati e assicurare la corretta visibilità istituzionale del progetto.

Il documento assume quale finestra eleggibile e operativa il periodo compreso tra il 1 maggio e il 26 giugno 2026, come indicato dalla Stazione Appaltante. Di conseguenza, le azioni, le milestone e gli allegati operativi sono stati temporalmente riallineati a tale finestra, senza modificare i requisiti quantitativi minimi e gli output sostanziali richiesti dal Capitolato.

Allineamento temporale da formalizzare

Il Capitolato riporta riferimenti temporali non pienamente coerenti tra loro: avvio al 23 marzo e chiusura al 30 giugno 2026; piattaforma online indicativamente entro fine aprile; 100 utenti registrati entro il 15 maggio; termine richiamato per le migliorie al 19 giugno; report mensili indicati come "febbraio" e report finale come "marzo". Nel presente Piano tali riferimenti sono sostituiti operativamente dalla finestra 1 maggio - 26 giugno 2026; l'allineamento dovrà essere recepito negli atti esecutivi e validato dal RUP/Direzione dell'esecuzione.

Canali social media

Benché il Capitolato non dettagli un piano social autonomo, esso richiede materiali di comunicazione e promozione, campagne pubblicitarie, eventi divulgativi, una piattaforma digitale con area community e calendario, nonché il raggiungimento di destinatari eterogenei. I social media sono pertanto inseriti come canale operativo funzionale al reclutamento, alla partecipazione e alla disseminazione dei risultati, nel rispetto delle autorizzazioni e delle regole di privacy.

Le quantità aggiuntive riportate nel Piano, quando eccedono i livelli minimi contrattuali, rappresentano standard operativi consigliati e potranno essere confermate in sede di kick-off in funzione delle pagine social disponibili, dei tempi approvativi, delle risorse autorizzate e delle modalità di registrazione alla piattaforma.

Sintesi direzionale del Piano

Il Matese Building Lab è un intervento di formazione, innovazione digitale e animazione territoriale dedicato all'edilizia sostenibile. La comunicazione deve sostenere un percorso concreto: far conoscere il laboratorio, portare imprese, tecnici, studenti e giovani all'iscrizione, stimolare la partecipazione ai corsi e agli eventi, attivare l'uso continuativo della piattaforma e rendere visibili competenze, materiali e buone pratiche replicabili nel territorio.

Ambito	Impostazione del Piano
Identità dell'intervento	Matese Building Lab - Scuola Edile Sostenibile, come spazio formativo fisico e digitale per costruire, recuperare e gestire il patrimonio in modo sostenibile.
Territorio prioritario	Comuni pilota: Ailano, Valle Agricola, Pratella e Castello del Matese; coinvolgimento progressivo degli altri Comuni della Comunità Montana.

Ambito	Impostazione del Piano
Periodo eleggibile	1 maggio - 26 giugno 2026: otto settimane di comunicazione coordinata con piattaforma, corsi, workshop e consegne materiali.
Finalità comunicativa	Informare, reclutare, accompagnare alla formazione, promuovere il networking locale e diffondere cultura dell'edilizia green.
Target principali	Imprese e artigiani; lavoratori del comparto; tecnici PA; scuole e studenti; giovani NEET; cittadini; ordini e associazioni professionali.
Output prioritari	Identità coordinata; kit grafico; campagna digitale e social; comunicazione eventi; brochure/locandine/roll-up; onboarding piattaforma; documentazione delle attività e risultati.
Risultati misurabili	Supporto al raggiungimento di almeno 100 utenti registrati, almeno 40-50 partecipanti, almeno 3 eventi/workshop, almeno 1.000 brochure/locandine prodotte e almeno 150 gadget sostenibili distribuiti.

1. Quadro dell'intervento e funzione della comunicazione

1.1 Intervento, contesto e Comuni pilota

L'Intervento N. 5 opera nell'ambito della costruzione e gestione sostenibile del patrimonio edilizio e delle infrastrutture. Il Capitolato descrive un contesto nel quale il comparto delle costruzioni ha rilievo nell'economia locale e richiede aggiornamento di competenze su edilizia sostenibile, efficienza energetica, economia circolare, CAM edilizia, sicurezza e gestione innovativa del patrimonio. Il Building Lab unisce formazione in presenza, formazione a distanza, contenuti multimediali, attività dimostrative, eventi e rete locale.

L'intervento accompagna in particolare i Comuni pilota di Ailano, Valle Agricola, Pratella e Castello del Matese, adottando una logica replicabile negli altri Comuni della Comunità Montana. Questa impostazione rende necessaria una comunicazione capace di essere, al tempo stesso, territoriale e trasferibile: riconoscibile localmente, documentata e riutilizzabile in futuri cicli formativi.

1.2 Funzione strategica della comunicazione

In un intervento formativo la comunicazione non coincide con la sola diffusione di notizie. Essa è una leva di accesso al servizio pubblico: favorisce l'emersione dei fabbisogni, rende leggibile l'offerta, orienta i destinatari verso il corso più adatto, semplifica iscrizioni e accesso alla piattaforma, sostiene il completamento dei moduli e mette in circolazione buone pratiche e opportunità di rete.

- rendere visibile l'opportunità formativa e la sua connessione con la transizione ecologica del Matese;
- favorire la partecipazione di destinatari professionali, amministrazioni, giovani e cittadini, con particolare attenzione a NEET e categorie da coinvolgere attivamente;
- supportare il passaggio dall'informazione all'iscrizione, dalla frequenza in presenza alla fruizione e-learning e alla partecipazione alla community;
- documentare attività e risultati con materiali utili alla rendicontazione, alla disseminazione e alla replicabilità dell'esperienza.

1.3 Coordinamento con gli output dell'appalto

Componente dell'appalto	Funzione comunicativa
Analisi dei fabbisogni	Mobilizzare interlocutori, diffondere questionari e focus group, restituire i bisogni individuati in modo comprensibile.

Componente dell'appalto	Funzione comunicativa
Piano formativo e corsi	Presentare titoli, obiettivi, destinatari, calendario, modalità di iscrizione e benefici professionali/formativi.
Piattaforma Building Lab	Attivare registrazione, onboarding, fruizione dei moduli, uso del repository, calendario e community.
Video-lezioni e materiali	Rendere attrattivi e accessibili i contenuti; utilizzare teaser e anteprime senza sostituire la fruizione formativa completa.
Eventi e workshop	Promuovere partecipazione, gestire iscrizioni, copertura informativa e documentazione dei risultati.
Kit, prototipi e gadget green	Rafforzare concretezza e riconoscibilità del Lab; associare materiali dimostrativi a contenuti informativi e QR/URL utili.
Monitoraggio	Raccogliere dati su reach, adesioni, presenze, fruizione digitale, feedback e prove delle pubblicazioni/consegne.

2. Necessità di comunicazione e promozione desunte dal Capitolato

La seguente ricognizione distingue i fabbisogni comunicativi direttamente richiesti dal Capitolato dalle modalità attuative necessarie a renderli efficaci nella finestra eleggibile. I riferimenti hanno valore operativo: orientano la produzione dei materiali, la programmazione dei canali e la verifica finale degli output.

Rif.	Necessità estratta	Risposta del Piano
Oggetto dell'appalto	Materiali di comunicazione e promozione e gadget green.	Sistema coordinato di materiali fisici e digitali collegato all'identità Building Lab.
Target dell'intervento	Imprese, artigiani, lavoratori, tecnici PA, studenti, NEET e cittadini.	Messaggi e canali segmentati; rete di rilancio tramite Comuni, scuole, associazioni e ordini.
Analisi fabbisogni	Interviste, focus group e questionari, anche online.	Inviti, form digitale, reminder e restituzione sintetica dei risultati.
Piano formativo	Almeno 5 corsi/moduli e destinatari differenziati.	Catalogo comunicativo, schede corso, calendario, call to action iscrizione.
Formazione blended	Accessi, fruizione online, test e tutoraggio.	Onboarding, tutorial, FAQ e reminder di completamento.
Piattaforma digitale	Area corsi, repository, community e calendario eventi.	Landing page e contenuti editoriali aggiornabili; integrazione con comunicazione esterna.
Contenuti multimediali	Almeno 10-15 video-lezioni e materiali didattici.	Copertine coordinate, schede contenuto, teaser, sottotitoli/trascrizioni ove disponibili.
Eventi/workshop	Almeno 3 eventi con gestione iscrizioni e rendicontazione documentale.	Campagna evento, kit comunicativo, copertura live e restituzione post-evento.
Forniture comunicazione	Brochure/depliant, locandine/manifesti, eventuali roll-up o banner.	Progettazione, stampa sostenibile, distribuzione tracciata e file digitali riutilizzabili.
Gadget green	Almeno 150 pezzi con grafica coordinata.	Personalizzazione coerente e distribuzione collegata a corsi/eventi.
Requisiti trasversali	DNSH, CAM, inclusione, accessibilità e linguaggio accessibile.	Check-list preventiva su materiali, web, social ed eventi.
KPI	Almeno 1.000 brochure/locandine, almeno 3 eventi, almeno 100 utenti piattaforma.	Dashboard e prove documentali a supporto del report finale.
Diritti e privacy	Proprietà pubblica dei materiali e protezione dei dati.	Liberatorie, informative, archivio sorgenti e registro pubblicazioni.

Rif.	Necessità estratta	Risposta del Piano
CPV campagne pubblicitarie	Presenza di servizi di campagne pubblicitarie.	Piano digitale/social e press activity come mezzi di diffusione e reclutamento.

Minimi contrattuali e intensità promozionale

Il Capitolato stabilisce almeno tre eventi/workshop e almeno 1.000 brochure/locandine prodotte. Il Piano adotta tali soglie come minimi obbligatori e aggiunge una programmazione editoriale/social proporzionata all'obiettivo di reclutamento e all'uso della piattaforma. Ogni eventuale investimento media a pagamento dovrà essere previamente autorizzato e documentato.

3. Obiettivi di comunicazione e risultati attesi

3.1 Obiettivo generale

Posizionare il Matese Building Lab come opportunità pubblica concreta di apprendimento e collaborazione sull'edilizia sostenibile, capace di attivare partecipanti, competenze e relazioni tra imprese, amministrazioni, scuole, giovani e comunità, in una prospettiva di transizione ecologica e valorizzazione del patrimonio edilizio locale.

3.2 Obiettivi specifici

Obiettivo	Contenuto operativo	Indicatore di riscontro
Awareness	Rendere riconoscibile il Building Lab, il finanziamento e i temi green dell'edilizia.	Copertura dei canali; visualizzazioni; uscite/media relay.
Reclutamento	Stimolare candidature/iscrizioni ai corsi e agli eventi nei diversi target.	Richieste informative; iscrizioni; presenze registrate.
Inclusione	Favorire l'accesso di studenti, NEET, donne e persone meno raggiunte dai canali professionali.	Quota categorie prioritarie e diversificazione canali.
Adozione digitale	Portare utenti alla piattaforma Building Lab e sostenerne la fruizione.	Utenti registrati; moduli avviati/completati; accessi.
Attivazione rete	Stimolare interazione tra imprese, tecnici, PA, scuole e cittadini.	Partecipazione workshop; contributi/community; contatti attivati.
Disseminazione	Rendere condivisibili risultati, materiali e buone pratiche.	Report, contenuti di restituzione, repository e kit finale.
Conformità	Assicurare visibilità istituzionale, accessibilità e sostenibilità dei materiali.	Check-list e approvazioni archiviate; conformità CAM/DNSH pertinente.

3.3 Percorso comunicativo del destinatario

Fase	Comportamento atteso	Leve e contenuti
Scoperta	Il destinatario riconosce il Lab e comprende il tema.	Lancio istituzionale, post introduttivi, locandine, comunicato stampa.
Interesse	Valuta pertinenza dei corsi/eventi per il proprio profilo.	Schede corso, testimonianze, temi tecnici, video teaser.

Fase	Comportamento atteso	Leve e contenuti
Iscrizione	Compila il modulo o richiede assistenza.	Call to action chiara, link/QR, tutorial, contatto tutor.
Partecipazione	Frequenta corsi/workshop e usa materiali/kit.	Reminder, agenda, copertura evento, materiali scaricabili.
Fruizione digitale	Accede ai moduli e-learning e al repository.	Onboarding, FAQ, tutorial, reminder completamento.
Community	Scambia esperienze e diffonde buone pratiche.	Bacheca/forum, contenuti di rete, restituzione risultati.
Continuità	Mantiene interesse oltre la finestra eleggibile.	Archivio contenuti, piattaforma mantenuta, comunicazione conclusiva e riuso istituzionale.

4. Identità visiva, riconoscibilità e obblighi di visibilità

4.1 Architettura dell'identità

L'identità di comunicazione dovrà rendere riconoscibile il legame tra progetto generale, intervento formativo e territorio. La denominazione consigliata per i prodotti di comunicazione è "Matese Building Lab - Scuola Edile Sostenibile", accompagnata dalla dicitura dell'Intervento N. 5 e dagli elementi istituzionali approvati. L'immaginario visivo potrà combinare materia, costruzione, energia e paesaggio, evitando rappresentazioni generiche o green claim non dimostrabili.

Elemento	Impostazione proposta	Applicazione
Denominazione	Matese Building Lab - Scuola Edile Sostenibile	Titoli, copertine, materiali, piattaforma e post.
Messaggio guida	Competenze green per costruire il futuro del Matese	Campagna istituzionale e materiali di lancio.
Palette	Verde territoriale, grigio ardesia, tonalità calde dei materiali naturali	Grafica coordinata, schede, eventi e digitale.
Immagini	Persone in formazione, materiali, prototipi, patrimonio costruito e innovazione	Social, brochure, report e piattaforma.
Iconografia	Materiali, energia, recupero, CAM, sicurezza, digitale, community	Pittogrammi per corsi, calendario e segnaletica evento.
Tono	Competente, accessibile, concreto, inclusivo e orientato all'utilità	Testi istituzionali, social e materiali didattici.

4.2 Presidio della visibilità istituzionale

Ogni supporto pubblico dovrà riportare gli elementi di riconoscimento istituzionale e di finanziamento nella versione autorizzata dalla Stazione Appaltante. La grafica approvata dovrà essere applicata con coerenza a supporti digitali e materiali, senza alterare loghi, proporzioni, diciture o requisiti di leggibilità.

- predisposizione di un master grafico approvato per brochure, locandine, roll-up, banner, slide, copertine video e template social;
- verifica preventiva di loghi, CUP, diciture di finanziamento e denominazioni del progetto prima di stampa e pubblicazione;
- archiviazione dei file definitivi e delle evidenze di distribuzione/pubblicazione;
- applicazione di criteri di leggibilità, contrasto e accessibilità anche nelle versioni digitali.

4.3 Kit grafico e documentale da produrre

Prodotto	Contenuti essenziali	Formato/uso
Manuale visual sintetico	Loghi, palette, font, griglie, regole minime e diciture istituzionali.	PDF e file sorgenti.
Template social	Post quadrato/verticale, story, reel cover, evento e risultati.	Modelli modificabili.
Template eventi	Locandina, programma, badge/registro, cartello sala, slide apertura/chiusura.	Stampa e digitale.
Template corsi	Scheda corso, agenda, attestazione/partecipazione se prevista, cover e-learning.	Piattaforma e stampa.
Template video	Intro/outro e grafiche di titolazione coerenti con intervento e finanziamento.	Master multimediali.
Template risultati	Infografica KPI, restituzione workshop e post conclusivo.	Web, social e report.

5. Target, bisogni informativi e messaggi

La comunicazione deve essere segmentata per bisogno e motivazione, pur mantenendo un'identità unitaria. La stessa iniziativa assumerà accenti diversi per l'impresa che cerca aggiornamento operativo, per il tecnico pubblico che applica CAM e strumenti di gestione, per lo studente che incontra nuove professioni e per il cittadino che vuole comprendere il valore del costruire sostenibile.

Target	Bisogno prevalente	Messaggio chiave	CTA e canali
Imprese edili, artigiani, lavoratori	Competenze applicabili, materiali e tecniche, opportunità di aggiornamento.	Soluzioni green concrete per cantieri e imprese del Matese.	Iscriviti ai corsi/workshop; associazioni, LinkedIn/Facebook, direct mailing.
Tecnici PA	CAM, appalti green, patrimonio e strumenti urbanistici sostenibili.	Competenze per guidare la transizione del patrimonio pubblico.	Partecipa al modulo PA; PEC/e-mail istituzionale, enti, ordini.
Scuole tecniche e studenti	Orientamento, pratica, nuove competenze professionali.	L'edilizia sostenibile e un mestiere del futuro.	Prenota/aderisci; scuole, Instagram/Facebook, laboratori.
Giovani NEET	Accesso semplice, utilità occupazionale, tutoraggio.	Impara competenze green vicine al territorio e al lavoro.	Contatta il tutor/iscriviti; servizi giovani, social, associazioni.
Cittadini	Comprendere efficienza, recupero e qualità dell'abitare.	Costruire e riqualificare meglio migliora comunità e ambiente.	Partecipa agli eventi pubblici; sito, Facebook, locandine.
Ordini/collegi/associazioni	Integrazione rete e diffusione opportunità.	Una rete locale per competenze e buone pratiche edilizie.	Diffondi e collabora; e-mail, LinkedIn, eventi.
Media territoriali e di settore	Contenuti verificabili e rilevanza pubblica.	Il Matese investe in competenze per l'edilizia sostenibile.	Pubblica/seguì gli eventi; press kit e comunicati.

5.1 Regole linguistiche e tono di voce

- linguaggio chiaro, concreto e inclusivo, con spiegazione dei termini tecnici quando rivolti al pubblico generale;
- tono autorevole ma accessibile: la sostenibilità viene associata a competenze, qualità, sicurezza e valore del territorio;
- assenza di affermazioni ambientali generiche non supportate; le comunicazioni su materiali e CAM devono essere verificabili;
- attenzione alla rappresentazione equilibrata di giovani, donne, professionisti, imprese e comunità locali;
- call to action sempre complete di destinatario, data, sede/modalità, accesso/iscrizione e contatto di supporto.

6. Ecosistema dei canali e modello di comunicazione integrata

Il Piano adotta un ecosistema misto di canali proprietari, territoriali, relazionali e fisici. Poiché l'intervento ha durata contenuta, la diffusione non può dipendere da un solo presidio: l'efficacia deriva dal coordinamento tra piattaforma, siti istituzionali, pagine social, rete dei Comuni, scuole, associazioni e momenti in presenza.

Canale	Ruolo	Destinatari prioritari	Presidio operativo
Piattaforma Building Lab	Hub informativo e formativo, iscrizioni, calendario, repository e community.	Tutti i partecipanti e stakeholder.	Landing aggiornata, schede corso, tutorial e report accessi.
Sito/portale istituzionale	Fonte ufficiale di avvisi, programma e risultati.	Cittadini, enti, media.	News di lancio, eventi e chiusura; link piattaforma.
Social istituzionali/progetto	Reach, engagement, reminder e racconto visivo.	Comunità, giovani, operatori.	Calendario editoriale e moderazione.
E-mail/newsletter/reti dirette	Reclutamento mirato e reminder affidabili.	Imprese, PA, ordini, scuole.	Database autorizzato; inviti segmentati.
Comuni pilota e partner	Moltiplicatori territoriali e legittimazione locale.	Pubblici locali.	Kit rilancio e testi pronti.
Media locali/settoriali	Amplificazione e racconto di interesse pubblico.	Pubblico ampio/professionale.	Comunicati, interviste, materiali stampa.
Supporti fisici	Presenza sul territorio e accesso immediato alle informazioni.	Cittadini e frequentatori sedi.	Locandine, brochure, roll-up, QR/link.
Eventi e corsi	Contatto diretto, relazione e raccolta feedback.	Partecipanti e stakeholder.	Accoglienza, materiali, foto autorizzate e follow-up.

6.1 Modello di rilancio territoriale

Per ciascuna uscita strategica sarà predisposto un mini-kit di rilancio composto da visual, testo breve, testo per sito, link o QR code alla pagina utile e indicazione temporale. Il kit sarà trasmesso ai Comuni pilota, alle scuole e ai soggetti della rete pertinenti, affinché la comunicazione raggiunga pubblici non intercettabili mediante i soli canali centrali.

7. Piano social media e comunicazione digitale

7.1 Ruolo dei social media

I social media sono utilizzati per rendere visibile l'opportunità, generare traffico verso la piattaforma, promuovere iscrizioni, ricordare appuntamenti, mostrare il carattere concreto dei laboratori e documentare risultati. La loro funzione è complementare ai canali ufficiali: informazioni vincolanti, moduli e documenti definitivi devono restare accessibili attraverso la piattaforma o il sito indicato dalla Stazione Appaltante.

Canale	Pubblico/uso	Contenuti prioritari	Frequenza proposta
Facebook	Comunità locale, famiglie, associazioni, imprese e rilanci comunali.	Lancio, eventi, album risultati, link corsi e reminder.	2-3 contenuti/settimana + copertura eventi.
Instagram	Studenti, giovani, racconto visivo e dimostrazioni.	Carousel, story, reel/clip materiali, backstage autorizzato.	2 contenuti/settimana + stories nelle fasi attive.
LinkedIn	Tecnici, PA, imprese, ordini e stakeholder.	Moduli tecnici, CAM, relatori, networking e risultati.	1-2 contenuti/settimana.
YouTube/Vimeo o player piattaforma	Fruizione di teaser e contenuti autorizzati.	Trailer, tutorial accesso, estratti divulgativi; video-lezioni nell'area dedicata.	Pubblicazione secondo piano contenuti.
Messaggistica/e-mail	Reminder e contatto diretto con iscritti e reti.	Conferme, promemoria, supporto accesso e follow-up.	Solo su basi di contatto legittime e autorizzate.

7.2 Pillar editoriali

Pillar	Oggetto	Esempi di contenuto	Obiettivo
Conosci il Building Lab	Missione, finanziamento, territori e destinatari.	Post lancio, presentazione Comuni, FAQ generale.	Awareness.
Formati green	Catalogo corsi e opportunità di iscrizione.	Schede corso, calendario, relatori, reminder.	Reclutamento.
Materiali e soluzioni	Materiali eco-compatibili, prototipi e tecniche.	Carousel didattici, dettagli kit, dimostrazioni.	Interesse e concretezza.
CAM, efficienza e PA	Temi tecnici e amministrativi.	Micro-pillole, call workshop PA, glossario.	Raggiungere tecnici e imprese.
Giovani e competenze	Orientamento, inclusione e professioni green.	Inviti scuole/NEET, storie di apprendimento.	Partecipazione prioritaria.
Piattaforma e-learning	Accesso digitale e continuità del percorso.	Tutorial, reminder moduli, repository/community.	Registrazioni e fruizione.
Eventi e risultati	Racconto di corsi, workshop e impatti.	Live, foto autorizzate, KPI, ringraziamenti.	Credibilità e disseminazione.

7.3 Volume operativo e regole di gestione

Formato	Volume operativo proposto	Criteri di qualità
Post statici/carousel	Almeno 24 pubblicazioni complessive nella finestra eleggibile.	Template coerente, testo accessibile, link/CTA e approvazione.
Stories/reminder	Almeno 16 sequenze, concentrate su iscrizioni, corsi ed eventi.	Informazioni leggibili, date confermate, nessun dato personale.
Video brevi/teaser	Almeno 4 clip divulgative o tutorial, estratte dai contenuti autorizzati.	Sottotitoli ove possibile, diritti e liberatorie verificati.
Eventi digitali	Creazione e aggiornamento di almeno 3 eventi/workshop.	Schede con luogo, orario, registrazione e contatto.
Post risultati	Almeno 3 restituzioni intermedie/finali.	Indicatori verificati e coerenti con reportistica.
Moderazione	Monitoraggio commenti e messaggi nei giorni lavorativi.	Risposte informative; escalation per richieste tecniche/istituzionali.

Tutela delle persone e dei dati

La pubblicazione di fotografie, video o testimonianze di partecipanti è consentita solo con informativa e, ove necessario, liberatoria; per studenti minorenni devono essere applicate le autorizzazioni previste. Commenti e messaggi non devono trasformarsi in raccolte informali di dati di iscrizione: la registrazione avverrà sui canali formalmente individuati.

8. Piattaforma Building Lab, e-learning e onboarding digitale

8.1 Funzione comunicativa della piattaforma

La piattaforma Building Lab è contemporaneamente luogo di accesso alla formazione e canale primario di comunicazione dell'intervento. Per essere efficace, deve presentare una home page chiara, informazioni aggiornate, percorsi di

registrazione semplici, un calendario affidabile e strumenti di supporto che riducano le difficoltà di accesso per pubblici con diversa familiarità digitale.

Area piattaforma	Contenuto comunicativo	Azione attesa dell'utente
Landing/home	Identità, finalità, destinatari, finanziamento e call to action.	Comprendere e registrarsi.
Catalogo corsi	Schede corso, obiettivi, durata, destinatari, sedi/modalità.	Scegliere il modulo e aderire.
Calendario eventi	Workshop, corsi e appuntamenti con iscrizione e aggiornamenti.	Partecipare e salvare data.
Area e-learning	Video-lezioni, slide, dispense, quiz e feedback.	Fruire e completare i moduli.
Repository	CAM, normative, casi studio e materiali di approfondimento.	Consultare e riutilizzare.
Community/networking	Domande, buone pratiche, discussioni moderate.	Interagire e creare rete.
Supporto	Tutorial, FAQ, contatti tutor e indicazioni tecniche.	Risolvere problemi e proseguire.
Risultati	Attività svolte, numeri, testimonianze autorizzate e materiali finali.	Condividere e mantenere interesse.

8.2 Milestone digitale nel periodo eleggibile

Per rendere raggiungibili gli obiettivi di utenti registrati e di partecipazione ai corsi entro la nuova finestra, il Piano programma la pubblicazione della versione operativa della piattaforma entro l'8 maggio 2026, con eventuale validazione tecnica anticipata nei primi giorni di maggio. L'obiettivo minimo di almeno 100 utenti registrati viene monitorato con checkpoint al 19 giugno 2026, consentendo la verifica e la documentazione finale entro il 26 giugno.

Fase	Attività digitale	Output comunicativo
1-5 maggio	Configurazione pagine, moduli registrazione, calendario e contenuti minimi.	Landing pronta, tutorial bozza, link/QR validato.
Entro 8 maggio	Messa online versione operativa e apertura registrazioni.	Comunicazione lancio, kit rilancio, tutorial accesso.
9 maggio - 5 giugno	Caricamento progressivo contenuti e-learning e gestione utenti.	Reminder corsi, post moduli, assistenza e FAQ.
6-19 giugno	Engagement, completamenti, networking e monitoraggio utenti.	Campagna completamento, risultati intermedi e feedback.
20-26 giugno	Consolidamento dati, archivio materiali e rendicontazione.	Post conclusivo, report dati e repository ordinato.

8.3 Onboarding e supporto

- tutorial visuale o video breve per registrazione, accesso, fruizione di una video-lezione, uso del calendario e richiesta di supporto;
- FAQ accessibile dalla home e rilanciabile tramite social e e-mail;
- indirizzo/contatto di tutoraggio definito e riportato in tutti i messaggi di iscrizione;
- reminder mirati per chi risulta registrato ma non ha iniziato o completato i moduli, nel rispetto della privacy;
- reportistica degli accessi e delle fruizioni utilizzata esclusivamente per monitoraggio, miglioramento e rendicontazione autorizzata.

9. Media relations, stakeholder engagement e comunicazione istituzionale

9.1 Ufficio stampa e relazioni con i media

L'attività media accompagna i momenti di maggiore rilevanza pubblica: avvio del Building Lab, apertura della piattaforma e dei corsi, workshop tecnico e restituzione dei risultati. I contenuti dovranno valorizzare il carattere pubblico e formativo dell'intervento, senza sovrapporre la comunicazione istituzionale alla promozione di singoli operatori o marchi.

Prodotto	Contenuto	Tempistica proposta
Comunicato di lancio	Finalità, target, Comuni pilota, periodo, piattaforma e modalità di accesso.	Entro 6 maggio 2026.
Media kit digitale	Scheda progetto, visual, programma, CUP/finanziamento, contatto stampa.	Disponibile al lancio.
Comunicati workshop	Tema, relatori, opportunità di partecipazione e link iscrizione.	7-10 giorni prima di ciascun evento.
Nota risultati	Partecipazione, piattaforma, materiali, contenuti e prospettive di continuità.	Entro 25 giugno 2026.
Archivio rassegna	Articoli, rilanci, screenshot, link e copie delle uscite.	Aggiornamento continuo; consegna finale.

9.2 Coinvolgimento della rete

Rete/attore	Funzione	Materiali e azioni
Comuni pilota	Promuovere opportunità e legittimare il percorso nei territori.	News pronte, locandine, post rilanciabili, distribuzione brochure.
Scuole tecniche/professionali	Coinvolgere studenti e orientare verso competenze green.	Invito dedicato, kit docente, materiali social, raccolta adesioni.
Associazioni di categoria	Raggiungere imprese, artigiani e lavoratori.	Mailing mirato, schede corsi, interventi eventi.
Ordini e collegi	Attivare tecnici e supportare diffusione dei moduli specialistici.	Inviti, calendario, eventuale rilancio professionale.
Servizi giovani/associazioni sociali	Favorire accesso di NEET e categorie prioritarie.	Messaggi semplici, tutoraggio, call mirate.
Media	Amplificare interesse pubblico e diffusione territoriale.	Press kit, comunicati, foto autorizzate, contatti.

10. Materiali promozionali, gadget green e supporti per la formazione

10.1 Materiali cartacei e allestimenti

Il Capitolato richiede la produzione di brochure e depliant informativi, locandine e manifesti per eventi ed eventuali roll-up o banner, con grafica coordinata del progetto. I materiali dovranno essere funzionali a informare e orientare: non meri supporti celebrativi, ma strumenti contenenti finalità, target, calendario, modalità di iscrizione e accesso digitale.

Materiale	Quantità/standard	Contenuto e destinazione
Brochure/depliant informativo	Parte della soglia minima complessiva di almeno 1.000 brochure/locandine prodotte.	Presentazione Lab, target, corsi, piattaforma, contatti e QR/link; distribuzione presso enti, scuole, eventi e reti.
Locandine/manifesti	Parte della soglia minima complessiva di almeno 1.000.	Promozione eventi/corsi con date validate, sedi, CTA, loghi e riferimenti istituzionali.
Roll-up/banner	Almeno un set funzionale agli eventi, se confermato dalla Stazione Appaltante.	Identità, messaggio guida, finanziamento e piattaforma; uso riutilizzabile.
Schede corso/evento	Versioni digitali e stampe mirate.	Programma, relatori, durata, target, modalità di accesso e privacy.
Segnaletica evento	Secondo necessità logistiche.	Accoglienza, registrazione, aula/laboratorio, sicurezza e accessibilità.

10.2 Gadget green e materiali didattico-dimostrativi

I gadget, in misura non inferiore a 150 pezzi complessivi, devono consolidare il ricordo dell'intervento senza generare consumo superfluo: si privilegiano oggetti effettivamente utili, durevoli, a basso impatto e coerenti con i CAM pertinenti. Analogamente, i kit e i prototipi didattici possono diventare strumenti di comunicazione educativa se correttamente etichettati e collegati a schede o contenuti digitali.

Supporto	Prescrizione operativa	Tracciabilità
Gadget green	Personalizzazione coerente; scelta di materiali riciclati/certificati o riutilizzabili; packaging minimo.	Schede tecniche, evidenza CAM pertinente, verbale/registro distribuzione.
Kit pratici	Almeno 50 kit con materiali eco-sostenibili e schede semplificate; etichette Building Lab.	Elenco contenuti, foto consegna e registro utilizzo.
Prototipi/modelli	Almeno 5-8 dimostratori riutilizzabili; targhetta o scheda didattica.	Inventario, immagini e destinazione dopo il progetto.
QR/link informativo	Collegamento a piattaforma, scheda corso o repository, previo test.	Registro URL/QR, data controllo e screenshot pagina.
Stampa e packaging	Carta FSC o riciclata, inchiostri a basso impatto, riduzione degli imballaggi.	Dichiarazioni e schede fornitore archiviate.

11. Eventi, workshop e attivazione territoriale

11.1 Programma minimo degli eventi pubblici

Il Capitolato richiede almeno tre eventi/workshop nel periodo di progetto. Il programma seguente distribuisce le attività nei Comuni pilota e collega ciascun appuntamento a una finalità comunicativa e formativa. Sedi, relatori, orari e configurazione definitiva sono subordinati a validazione della Stazione Appaltante e alle verifiche logistiche e di sicurezza.

Evento	Sede proposta	Target	Finalità	Output/periodo
E1 - Lancio Building Lab e piattaforma	Ailano (proposta)	Istituzioni, imprese, tecnici, scuole, cittadini, media	Presentare intervento, corsi, piattaforma e modalità di iscrizione.	7-8 maggio 2026; comunicato, locandina, registri, foto autorizzate.
E2 - Workshop tecnico "Materiali, CAM ed efficienza"	Pratella o Valle Agricola (proposta)	Imprese, artigiani, lavoratori, tecnici PA, ordini	Connettere contenuti formativi, kit/prototipi e casi applicativi.	28-29 maggio 2026; programma, materiali, copertura e feedback.

Evento	Sede proposta	Target	Finalità	Output/periodo
E3 - Networking e restituzione "Competenze green per il Matese"	Castello del Matese (proposta)	Partecipanti, PA, scuole, rete locale e media	Condividere risultati, piattaforma e continuità del Building Lab.	18-19 giugno 2026; dossier risultati, post e questionario finale.

11.2 Kit comunicativo per evento

Fase	Materiali/azioni
Prima dell'evento	Scheda evento; save the date; locandina; post e stories; e-mail alle reti; modulo iscrizione; informazioni accessibilità e privacy.
Durante l'evento	Roll-up/banner; slide istituzionali; registri; badge ove utili; segnaletica; foto/video solo autorizzati; QR/link alla piattaforma.
Dopo l'evento	Ringraziamento; materiali scaricabili; sintesi contenuti; questionario; fotografie selezionate; aggiornamento KPI e archivio documentale.
Verifica finale	Presenze, profili partecipanti, evidenze comunicazione, esiti feedback, costi/materiali autorizzati e lessons learned.

12. Piano editoriale e cronoprogramma attuativo

12.1 Cronoprogramma della comunicazione

Il cronoprogramma è costruito interamente all'interno del periodo eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026 e rende possibile l'integrazione tra lancio, reclutamento, piattaforma, corsi, workshop, monitoraggio e chiusura.

Periodo	Fase	Attività di comunicazione	Milestone/output
1-5 maggio	Set-up e validazione	Conferma identità, kit grafico, database stakeholder, landing, schede corsi, calendario editoriale e moduli di iscrizione.	Master approvati; canali e contatti validati.
6-8 maggio	Lancio	Comunicato, campagna social, rilancio reti, evento E1 e apertura accessi piattaforma.	Piattaforma operativa entro 8 maggio; iscrizioni aperte.
9-22 maggio	Reclutamento e avvio formazione	Focus corsi/target, reminder, tutorial piattaforma, promozione partecipazione prioritaria, prime restituzioni.	Partecipanti in ingresso; dashboard iniziale.
23 maggio - 5 giugno	Contenuti e workshop tecnico	Pillar tecnici, materiali/prototipi, evento E2, e-learning, community e copertura.	Workshop realizzato; contenuti caricati e rilanciati.
6-19 giugno	Engagement e risultati	Reminder completamenti, testimonianze autorizzate, networking, E3 e campagna risultati intermedi.	Checkpoint utenti/piattaforma e KPI al 19 giugno.
20-26 giugno	Chiusura e disseminazione	Post conclusivi, media note risultati, raccolta evidenze, report e archivio materiali.	Report comunicazione e consegna documentale finale.

12.2 Cadenza editoriale indicativa

Fase	Cadenza minima consigliata	Contenuti prevalenti
Set-up/lancio	4-5 contenuti social + comunicato + news istituzionale	Identità, opportunità, piattaforma, corsi e primo evento.
Reclutamento	3-4 contenuti/settimana + reminder diretti	Target, calendario corsi, tutor, FAQ e iscrizioni.

Fase	Cadenza minima consigliata	Contenuti prevalenti
Erogazione/workshop	3 contenuti/settimana + copertura appuntamenti	Temi tecnici, docenti, materiali, kit/prototipi, e-learning.
Risultati/restituzione	3 contenuti/settimana + nota stampa	Partecipazione, learning, rete e continuità.
Chiusura	2-3 contenuti conclusivi	Risultati verificati, ringraziamenti, permanenza piattaforma.

13. Governance, workflow approvativo e gestione operativa

13.1 Ruoli e responsabilità

Ruolo	Responsabilità nel Piano
Stazione Appaltante / RUP / DEC	Indirizzo, approvazione di identità, materiali e calendario; autorizzazione pubblicazioni strategiche; validazione KPI e report.
Responsabile comunicazione dell'Appaltatore	Coordinamento del Piano, redazione contenuti, gestione calendario, raccordo con team tecnico/formativo e archivio evidenze.
Responsabile formazione	Conferma corsi, docenti, target, iscrizioni e materiali didattici; verifica correttezza dei contenuti tecnici.
Responsabile piattaforma	Messa online, aggiornamento schede, tracciamento accessi, sicurezza, assistenza e report dati aggregati.
Social/media manager	Pubblicazione, moderazione, media relations, reportistica reach/engagement e rispetto autorizzazioni.
Tutor/accoglienza	Risposte a iscritti, reminder, supporto piattaforma e raccolta feedback.
Comuni e stakeholder di rete	Diffusione locale di materiali approvati e sostegno al reclutamento dei target.

13.2 Workflow approvativo

Fase	Attività	Evidenza
Pianificazione	Calendario quindicinale con prodotti, destinatari, canali e scadenze.	File condiviso/versionato.
Produzione	Redazione testo e visual secondo template; controllo tecnico e istituzionale.	Bozza marcata e sorgenti.
Validazione	Approvazione del RUP/DEC o referente autorizzato per prodotti strategici e stampa.	E-mail/verbale approvazione.
Pubblicazione/distribuzione	Uscita sui canali e consegna dei materiali.	Screenshot, link, foto distribuzione e verbali.
Monitoraggio	Raccolta dati e lettura andamento azioni.	Dashboard e registro KPI.
Correzione	Aggiustamento CTA, canali o frequenza in caso di adesioni insufficienti.	Nota operativa approvata.
Chiusura	Organizzazione archivio, report finale e consegna editabili/sorgenti.	Indice consegna e report.

Regola operativa

Nessuna locandina, comunicazione evento, post con call to action, comunicato stampa o materiale destinato alla stampa viene diffuso senza conferma della correttezza di date, sedi, link di iscrizione, loghi, diciture istituzionali, eventuali crediti fotografici e informazioni privacy.

14. Accessibilità, privacy, diritti, sicurezza e sostenibilità

Ambito	Applicazione al Piano	Controllo minimo
Accessibilità digitale	Pagine e documenti leggibili, contrasto adeguato, testi alternativi per immagini informative, sottotitoli/trascrizioni ove disponibili.	Test preliminare di materiali web e piattaforma.
Linguaggio inclusivo	Rappresentazione equilibrata e testi non discriminatori; attenzione ai target prioritari.	Revisione contenuti prima della pubblicazione.
Privacy e registrazioni	Informative per iscritti, utenti piattaforma, mailing e questionari; gestione sicura dei dati.	Moduli approvati e accessi profilati.
Foto/video/testimonianze	Uso di immagini e citazioni solo con basi autorizzative e liberatorie pertinenti.	Archivio consensi e selezione file pubblicabili.
Minori	Coinvolgimento scolastico con procedure e autorizzazioni previste.	Coordinamento con istituti e famiglie, ove necessario.
Diritti di utilizzo	Sorgenti, grafiche e contenuti consegnati alla Comunità Montana per finalità istituzionali.	Registro asset e dichiarazioni/licenze.
CAM e DNSH	Carta riciclata/FSC, inchiostri e packaging ridotti; gadget e supporti a basso impatto.	Schede tecniche/dichiarazioni fornitore.
Sicurezza eventi/laboratori	Informazioni organizzative coerenti con DPI, spazi e procedure definiti.	Verifica con responsabili attività prima dell'evento.
Green claims	Evitare qualificazioni ambientali generiche; riferire solo caratteristiche dimostrabili.	Controllo fonti tecniche e formulazioni.

15. KPI, monitoraggio, rendicontazione e miglioramento

15.1 KPI contrattuali collegati alla comunicazione

Il sistema di monitoraggio integra indicatori contrattuali e indicatori gestionali. I primi sono soglie di conformità; i secondi consentono di correggere la campagna in corso d'opera, soprattutto in funzione delle adesioni e dell'uso della piattaforma.

Indicatore	Target operativo minimo/riferimento	Fonte di verifica	Scadenza nel Piano
Eventi/workshop organizzati	>= 3	Programmi, registri, foto autorizzate e verbali.	Entro 19 giugno 2026.
Brochure/locandine prodotte	>= 1.000 complessive	Ordini/consegne, copie campione e registro distribuzione.	Entro 26 giugno 2026.
Gadget sostenibili distribuiti	>= 150	Schede tecniche e registro distribuzione.	Entro 26 giugno 2026.
Utenti registrati piattaforma	>= 100; data riallineata al periodo eleggibile	Dashboard piattaforma/esportazione aggregata.	Checkpoint 19 giugno 2026.
Corsi erogati	>= 5	Calendari e registri formazione.	Entro 19 giugno 2026.
Partecipanti complessivi	>= 40-50	Registri presenze e dati aggregati.	Entro 19 giugno 2026.
NEET/studenti coinvolti	>= 10	Registrazione aggregata nel rispetto privacy.	Entro 19 giugno 2026.
Tecnici PA formati	>= 5	Registri e attestazioni ove previste.	Entro 19 giugno 2026.
Contenuti digitali	>= 15	Inventario e piattaforma.	Entro 19 giugno 2026.
Forniture CAM pertinenti	100% materiali applicabili	Schede/dichiarazioni di conformità.	Entro consegna finale.

15.2 Metriche comunicative gestionali

Metrica	Finalità valutativa	Rilevazione
Reach e visualizzazioni	Verificare diffusione territoriale della campagna.	Insights social e visite/news disponibili.
Click/link e scansioni QR	Comprendere l'interesse verso piattaforma/iscrizioni.	Analytics e link tracciabili ove autorizzati.
Richieste informative	Valutare chiarezza della campagna e domanda dei target.	Registro tutor/contatti.
Iscrizioni per target/canale	Ottimizzare il reclutamento e l'inclusione.	Modulo registrazione con dati minimi pertinenti.
Partecipazione effettiva	Misurare conversione iscrizione-presenza.	Registri eventi/corsi.
Fruizione e-learning	Rilevare accessi, progressi e completamenti.	Dashboard piattaforma.
Feedback	Misurare utilità percepita e migliorare i contenuti.	Questionari corsi/eventi.
Rassegna stampa/rilanci	Documentare amplificazione esterna.	Archivio media e partner.
Conformità pubblicazioni	Assicurare visibilità, privacy e accessibilità.	Check-list e approvazioni.

15.3 Reportistica prevista

Documento	Contenuto	Tempistica proposta
Report di avvio di comunicazione	Piano validato, kit grafico, calendario, target, canali, link e rischi.	Entro 5 maggio 2026.
Dashboard di lancio	Primi dati di reach, iscrizioni, utenti piattaforma, criticità e azioni correttive.	Entro 22 maggio 2026.
Monitoraggio intermedio	Avanzamento eventi/corsi/materiali, dati digitali e comunicativi.	Entro 5 giugno 2026.
Checkpoint KPI	Dati aggregati su utenti, partecipanti, contenuti ed eventi; fabbisogni residui.	19 giugno 2026.
Report finale	Attività, indicatori raggiunti, evidenze, analisi impatto, criticità e continuità.	Entro 26 giugno 2026.

16. Rischi comunicativi e misure di mitigazione

Rischio	Effetto	Misura preventiva/correttiva	Responsabile
Disallineamento delle date del Capitolato	Messaggi non validi e difficoltà di rendicontazione.	Formalizzare il periodo 1 maggio - 26 giugno e approvare calendario unico.	RUP/DEC e Appaltatore.
Ritardo nella piattaforma	Riduzione registrazioni e fruizione e-learning.	Landing minima e preregistrazione/contatto autorizzato; milestone operativa entro 8 maggio.	Responsabile piattaforma.
Bassa adesione ai corsi	Mancato raggiungimento dei target formativi.	Segmentazione, rilancio rete, contatto diretto e incremento reminder.	Comunicazione/Formazione.
Scarso coinvolgimento NEET/studenti/donne	Debole inclusione e criticità KPI sociali.	Canali dedicati, scuole/servizi giovani, linguaggio accessibile e tutoraggio.	Rete/Tutor.
Informazioni tecniche inesatte	Perdita di credibilità o green claim impropri.	Revisione tecnica dei contenuti e neutralità commerciale.	Responsabile formazione.
Uso improprio di immagini o dati	Violazioni privacy e danno reputazionale.	Informative, liberatorie, archivio consensi e moderazione.	Referente privacy/Comunicazione.

Rischio	Effetto	Misura preventiva/correttiva	Responsabile
Ritardo approvazione materiali	Pubblicazioni tardive e stampa non utilizzabile.	Template approvati all'avvio e workflow rapido con scadenze.	RUP/Comunicazione .
Materiali non conformi CAM	Non conformità fornitura e incoerenza ambientale.	Verifica preventiva schede/dichiarazioni dei fornitori.	Responsabile forniture.
Bassa interoperabilità tra canali	Percorso utente frammentato.	Link/QR testati, landing unica e messaggi coerenti.	Piattaforma/Comunicazione.

Allegato A - Matrice di conformità ai requisiti del Capitolato

La matrice raccorda le prescrizioni e gli output del Capitolato con le azioni del presente Piano. Le date riportate nella colonna di attuazione sono già riallineate al periodo eleggibile indicato dalla Stazione Appaltante.

Voce	Requisito	Risposta del Piano	Attuazione
Intervento/target	Building Lab rivolto a imprese, PA, studenti, NEET e cittadini.	Segmentazione target, messaggi e rete territoriale.	1-26 maggio; continuativo.
Comuni pilota	Ailano, Valle Agricola, Pratella, Castello del Matese.	Rilancio territoriale ed eventi distribuiti.	1 maggio-19 giugno.
Analisi fabbisogni	Interviste/focus/questionari.	Inviti e questionario digitale; restituzione sintetica.	1-12 maggio.
Piano formativo	Corsi e target differenziati.	Schede corso, calendario e campagna iscrizioni.	Entro 8 maggio; aggiornamenti.
Piattaforma	Area corsi, repository, community, calendario.	Landing, onboarding e contenuti editoriali.	Online entro 8 maggio.
Utenti piattaforma	Almeno 100 utenti registrati.	Campagna iscrizioni e reminder fruizione.	Checkpoint 19 giugno.
Formazione blended	Presenza ed e-learning con tutoraggio.	Tutorial, FAQ, e-mail/reminder, supporto.	9 maggio-19 giugno.
Contenuti digitali	Almeno 15 complessivi; video-lezioni/materiali.	Copertine, metadata e rilanci divulgativi.	Entro 19 giugno.
Eventi/workshop	Almeno 3.	E1 lancio, E2 tecnico, E3 restituzione.	7 maggio-19 giugno.
Iscrizioni eventi	Gestione iscrizioni/presenze.	Schede evento e registri; privacy.	Per ciascun evento.
Comunicazione eventi	Materiali e rendicontazione documentale.	Locandine, post, media kit, foto autorizzate.	Pre/durante/post evento.
Brochure/locandine	Almeno 1.000 prodotte.	Progettazione, stampa e distribuzione registrata.	Entro 26 giugno.
Roll-up/banner	Eventuali supporti promozionali.	Set evento coordinato e riutilizzabile.	Prima del primo evento.
Gadget green	Almeno 150 pezzi.	Personalizzazione e registro distribuzione.	Entro 26 giugno.
Kit e prototipi	50 kit e 5-8 prototipi.	Etichette/schede e comunicazione didattica.	In coincidenza con corsi.
CAM/DNSH	Materiali sostenibili e conformità.	Check-list materiali e archivio schede.	Prima di produzione/consegna.
Inclusione	Pari opportunità e target prioritari.	Canali mirati e linguaggio inclusivo.	Intera campagna.
Accessibilità digitale	Piattaforma e materiali accessibili.	Contrasto, testi alternativi, sottotitoli ove disponibili.	Prima della pubblicazione.
Privacy	Protezione dati corsi, eventi e piattaforma.	Informative, consensi, liberatorie e registri.	Prima di raccolta/pubblicazione.
Diritti	Prodotti acquisiti dalla Comunità Montana.	Consegna editabili, sorgenti e registro asset.	Entro 26 giugno.
Reportistica	Monitoraggio e report finale.	Dashboard, evidenze e rapporto conclusivo.	5 maggio-26 giugno.
Social media	Canale attuativo collegato a campagne e promozione.	Piano social, calendario, moderazione e report.	Intera finestra eleggibile.

Allegato B - Calendario editoriale operativo

Il calendario seguente è configurato sulla finestra eleggibile 1 maggio - 26 giugno 2026. Date puntuali, sedi, relatori e disponibilità dei canali dovranno essere convalidati in sede operativa; il calendario può essere affinato senza ridurre i minimi contrattuali o spostare azioni oltre il termine eleggibile.

Finestra	Pillar	Target	Canale	Contenuto/output	CTA
1-2 mag	Avvio	Tutti/stakeholder	Sito, social, e-mail rete	Annuncio avvio Building Lab e periodo eleggibile; presentazione obiettivi e target.	Segui il progetto / manifesta interesse

Finestra	Pillar	Target	Canale	Contenuto/output	CTA
4 mag	Identità	Comunità e media	Social, sito	Cos'è il Matese Building Lab: Scuola Edile Sostenibile e Comuni pilota.	Scopri il programma
5 mag	Corsi	Imprese/PA/scuole/NEET	Piattaforma, mail, social	Catalogo sintetico e modalità di partecipazione; apertura manifestazioni/interesse.	Consulta i corsi
6 mag	Media	Media e partner	Comunicato/press kit	Comunicato di lancio con programma, piattaforma e primo evento.	Diffondi/partecipa
7-8 mag	Evento E1	Tutti	Evento, social, sito	Lancio pubblico e messa online piattaforma; foto/video autorizzati e tutorial registrazione.	Registrati alla piattaforma
11 mag	Tutorial	Nuovi utenti	Social, piattaforma, e-mail	Come registrarsi e trovare corsi, calendario e materiali.	Crea il tuo accesso
13 mag	Target imprese	Imprese/artigiani	LinkedIn/Facebook, associazioni	Perché materiali e tecniche sostenibili aiutano il lavoro e la qualità edilizia.	Iscriviti al corso tecnico
15 mag	Target PA	Tecnici e amministratori	LinkedIn, mail istituzionali	CAM edilizia e patrimonio pubblico: modulo dedicato ai tecnici PA.	Prenota il tuo posto
18 mag	Inclusione	Studenti/NEET	Instagram/Facebook, scuole/reti	Competenze green e nuove opportunità nell'edilizia del territorio.	Chiedi supporto al tutor
20 mag	E-learning	Iscritti	Piattaforma, e-mail, social	Video-lezioni, materiali e test: come funziona la formazione blended.	Avvia il modulo
22 mag	Riscontro iniziale	Comunità/rete	Social, sito	Prime adesioni e calendario aggiornato; reminder corsi in partenza.	Partecipa alle prossime date
25 mag	Materiali	Imprese/studenti	Carousel/reel, piattaforma	Campioni eco-sostenibili, kit e prototipi: imparare con materiali concreti.	Scopri il workshop
26-27 mag	Evento E2	Tecnici/imprese/PA	Social, mail, locandina	Invito workshop "Materiali, CAM ed efficienza".	Registrati al workshop
28-29 mag	Evento E2 live	Partecipanti/rete	Evento, stories, media	Copertura workshop tecnico e richiamo ai contenuti digitali.	Accedi ai materiali
1 giu	Repository	Partecipanti	Piattaforma, e-mail	Materiali disponibili: slide, schede e approfondimenti.	Consulta il repository
3 giu	Buone pratiche	Cittadini e imprese	Social, sito	Recupero, efficienza e riuso: una pillola divulgativa dal Building Lab.	Approfondisci online
5 giu	Community	Utenti piattaforma	Piattaforma, e-mail	Domande e scambio esperienze: attivazione della bacheca/community.	Condividi un quesito
8 giu	Reminder fruizione	Iscritti	E-mail/piattaforma	Promemoria per completare moduli e test di autovalutazione.	Completa il percorso
10 giu	Persone/competenze	Giovani e rete	Social	Racconto autorizzato dell'esperienza formativa o intervista a docente.	Scopri le competenze
12 giu	Evento E3	Tutti stakeholder	Sito, social, mail	Invito alla restituzione e networking finale.	Prenota la partecipazione
15 giu	KPI in avvicinamento	Rete	Social, piattaforma	Ultima call per utenti e completamenti prima del checkpoint.	Registrati/completa
18-19 giu	Evento E3 e checkpoint	Tutti	Evento, social, media	Restituzione pubblica, networking e comunicazione risultati verificati.	Condividi/continua online
22 giu	Risultati	Comunità e media	News, social, press note	Infografica risultati preliminari e valore della rete Building Lab.	Leggi i risultati
24 giu	Continuità	Utenti e stakeholder	Piattaforma/e-mail	La piattaforma dopo il progetto: contenuti e supporto disponibile.	Continua a utilizzare il Lab
26 giu	Chiusura	Tutti	Sito, social, archivio	Comunicazione conclusiva, ringraziamenti e riferimenti ai materiali finali.	Consulta il patrimonio digitale

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

C.1 Registro delle attività di comunicazione

Registro	Campi minimi
Pubblicazioni digitali	Data; canale; contenuto; target; link/screenshot; approvazione; reach/interazioni/click ove disponibili.
Materiali grafici e stampa	Titolo; versione; quantità; fornitore; conformità; approvazione; luogo/data consegna o distribuzione.
Eventi/workshop	Evento; sede; programma; iscritti; presenti; target; materiali; foto autorizzate; feedback; output post-evento.
Piattaforma	Data aggiornamento; pagina/corso; utenti registrati; accessi; contenuti caricati; criticità; assistenza.
Media e stakeholder	Contatto; materiale inviato; uscita/rilancio; evidenza; follow-up.
Privacy e diritti	Informative; liberatorie; licenze; consensi; asset autorizzati alla pubblicazione.
Sostenibilità forniture	Materiale; CAM/DNSH pertinente; scheda/dichiarazione; quantità; distribuzione/consegna.

C.2 Check-list preventiva per ogni pubblicazione/materiale

Controllo	Domanda di verifica
Finalità e destinatario	Il contenuto indica chiaramente a chi si rivolge e quale azione richiede?
Informazioni operative	Date, orari, sedi, link/QR, modalità di iscrizione e contatti sono stati confermati?
Visibilità istituzionale	Loghi, CUP e diciture di finanziamento sono corretti e leggibili secondo il master approvato?
Correttezza tecnica	Contenuti su CAM, materiali, efficienza e sostenibilità sono validati e non promuovono marchi?
Accessibilità	Testi, contrasto, immagini, PDF e video sono fruibili; sono presenti alternative utili ove necessarie?
Privacy e diritti	Sono rispettati informativa, autorizzazioni, liberatorie, copyright e tutela dei minori?
Sostenibilità	Supporto e produzione sono coerenti con requisiti ambientali applicabili?
Approvazione	Esiste evidenza della validazione prima della pubblicazione o stampa?
Archiviazione	File finale, sorgente, screenshot/link e metriche sono salvati nel repository di progetto?

C.3 Scheda sintetica di monitoraggio finale

Sezione scheda	Contenuto richiesto
Attività svolte	Riepilogo di campagne, prodotti, pubblicazioni, eventi e stakeholder coinvolti.
Output consegnati	Elenco file, materiali stampati, gadget, kit grafici e prodotti multimediali comunicativi.
KPI contrattuali	Valori target, valori raggiunti, fonte di prova e scostamenti motivati.
Metriche digitali	Reach, interazioni, traffico, registrazioni e fruizione piattaforma in forma aggregata.
Accessibilità/privacy/CAM	Verifiche svolte, documentazione disponibile ed eventuali criticità risolte.
Rassegna e prove	Link/screenshot, articoli, fotografie autorizzate, registri di distribuzione e presenze.

Sezione scheda	Contenuto richiesto
Valutazione	Punti di forza, criticità, azioni correttive e raccomandazioni di continuità.
Consegna finale	Repository ordinato, formati editabili/PDF, titolarità/diritti e riferimenti tecnici.

Decisioni da assumere in sede di kick-off

Validare periodo eleggibile, date degli eventi, loghi, canali, privacy, distribuzione e referenti.