

LABORATORIO EFFETTO LEADER

"EFFETTO L.E.A.D.E.R"



Linee guida

La strategia e il piano di comunicazione

Premessa

Le linee guida per la comunicazione sono redatte allo scopo di definire e condividere gli SCOPI del piano di comunicazione e assicurare una coerenza complessiva tra questi e gli output previsti ed implementati in coerenza con il calendario editoriale. Non si forniscono in questa sede informazioni di carattere teorico ma si punta a fornire una base comune (data l’operatività di 5 gruppi di lavoro per altrettanti GAL) per la predisposizione di un programma editoriale coerente ed unitario, in grado di valorizzare il lavoro svolto complessivamente e singolarmente dai gruppi e dai singoli partecipanti ad “effettoLEADER”. Aspetto importante, in questo senso, è la possibilità di presentare, nell’ambito della sessione plenaria del Forum LEADER 2024 e del Forum LEADER Giovani 2024 i prodotti ed i risultati del Laboratorio.

1 Overview del piano di lavoro

1.1 Fasi

Le attività di analisi comunicativa, nel periodo agosto-ottobre 2024, potranno essere articolate in fasi come descritto nella tabella 1.

Tab.1 – Fasi di lavoro ed articolazione temporale - COMUNICAZIONE

Fasi di lavoro (indicative)	Settembre			Octobre
	01-10	11-20	21-30	01-14
1 Definizione e condivisione del Piano di Comunicazione				
2 Definizione linee guida stile grafico				
3 Impostazione Calendario Editoriale				
4 Affinamento e revisione Piano e Calendario (ongoing)				
5 Implementazione degli strumenti di comunicazione				

2 Il Piano di Comunicazione di EFFETTO LEADER LAB

Il piano di comunicazione definisce **obiettivi, messaggi chiave, canali e attività** di comunicazione.

2.1 Obiettivi e pubblico(i) “target”

Per la definizione degli obiettivi del piano di comunicazione è necessario partire dall’analisi dello “scenario”, intesa come attività di contestualizzazione delle attività e di conseguente focalizzazione degli assi portanti della strategia di comunicazione “SLOGAN STRATEGICO: *che effetto fa?*”.

Per una efficace individuazione delle finalità strategiche si devono tenere presenti 2 livelli analitici/contextuali:

- 1- Le finalità, le tematiche e l'ambito operativo del **laboratorio EFFETTO LEADER**
- 2- Le finalità, le tematiche e gli ambiti operativi dei 5 diversi **piani di valutazione proposti**

Nella tabella seguente si esplicitano gli obiettivi che muovono le attività di comunicazione:

CONTESTO	OBIETTIVO	TARGET PRIVILEGIATO	MESSAGGIO CHIAVE	REGISTRO
#1 LABORATORIO	CONDIVIDERE I MOTIVI CHE HANNO DATO VITA ALL'ESPERIENZA LABORATORIALE	GAL/SOGGETTI ISTITUZIONALI/SOGGETTI DELLA FORMAZIONE/ACCADEMICI	"CHE EFFETTO FA L'EFFETTO LEADER"	TESTIMONIALE/DISCIPLINARE IRONICO/STIMOLANTE/PROVOCATORIO
	DARE VISIBILITA' ALLE ATTIVITA' IN CORSO	GIOVANI ADULTI (25 – 40) FORMATI (AMBITO...) ED IN ETA' DA LAVORO		REPORTISTICO/GIORNALISTICO
	RACCONTARE DALLA PROSPETTIVA DEI PARTECIPANTI LA DIMENSIONE "UMANA" E "PROFESSIONALE" DEL LABORATORIO	GIOVANI ADULTI (18 – 30)		EMPATICO/INTIMISTICO
#2 PIANI DI VALUTAZIONE	RACCONTARE A COSA DIAVOLO SERVE UN GAL E COME FUNZIONA	PUBBLICO GENERICO CON PARTICOLARE ATTENZIONE AI GIOVANI	"CHE EFFETTO FA IL LEADER"¹	IRONICO/STIMOLANTE/PROVOCATORIO TESTIMONIALE
	RACCONTARE I TERRITORI ATTRAVERSO LE STORIE, LE VOCI E I VOLTI DEI SUOI ATTORI	RESIDENTI DEL TERRITORIO DEL GAL DI RIFERIMENTO		IRONICO/STIMOLANTE/PROVOCATORIO TESTIMONIALE
	OBIETTIVI DEFINITI PER CIASCUN PIANO DI VALUTAZIONE	DA DEFINIRE		DA DEFINIRE
SINTESI – ESITO/PRODOTTO FINALE – DIARIO				

¹ PER LE DECLINAZIONI TEMATICHE DI QUESTO MESSAGGIO CHIAVE SI VEDA IL CAPITOLO 2 DEL DOCUMENTO "Linee guida per i team di valutazione"

2.2 Canali

Prima di giungere collettivamente alla definizione del calendario editoriale è utile specificare che i canali utilizzati saranno quelli più comunemente praticati quotidianamente dal nostro "audience".

In particolare, la piattaforma che utilizzeremo come "base" per l'animazione social (FB/instagram/Tik Tok) è il sito web (attualmente in fase di lancio) della WEBZINE "ZOLLA" (progetto nato nell'ambito delle attività di SISL durante l'ultimo ciclo di Servizio Civile Universale) zollazine.it su cui, alla voce PROGETTI → LABORATORIO EFFETTO LEADER sarà possibile caricare tutti i materiali prodotti. La piattaforma di appoggio per i contenuti video è il profilo youtube della zine stessa. Anche per i canali social utilizzeremo quelli già attivati per la webzine.

2.3 Output

Articoli

Post

Multimedia

Real time



QUESTA DISPENSA È STATA REALIZZATA NELL'AMBITO DEL LABORATORIO "EFFETTO LEADER"
FORUM LEADER 2024, CON LA COLLABORAZIONE ED IL SUPPORTO SCIENTIFICO DI SISL – SCUOLA
ITALIANA DI SVILUPPO LOCALE

08/2024



SCUOLA ITALIANA SVILUPPO LOCALE

