

Camera di Commercio
Catanzaro Crotona
Vibo Valentia

PIANO DI COMUNICAZIONE

2025-2027

INDICE

1. PREMESSA
2. VISION E MISSION
3. LA STRATEGIA
4. OBIETTIVI
5. I PUBBLICI DI RIFERIMENTO
6. STRATEGIE PRINCIPALI
7. GLI ASSET
8. LINEE GUIDA PER IL PERSONALE
9. SITO-WEB
10. SOCIAL MEDIA STRATEGY
11. CRM
12. NEWSLETTER
13. ORGANIZZAZIONE UFFICIO COMUNICAZIONE



Premessa

La Camera di commercio di Catanzaro Crotone Vibo Valentia è stata istituita il 3 novembre 2022 attraverso l'accorpamento di tre enti camerali provinciali.

Dopo il primo biennio di attività, si punta a migliorare e uniformare la comunicazione, rafforzando il concetto di ente unico e promuovendo un dialogo costante e integrato con imprese, istituzioni e cittadini.

Questo aggiornamento include strategie rinnovate per il triennio 2025-2027



Vision

Porsi come una pubblica amministrazione di qualità e un attore integrato di sviluppo per le imprese e per il territorio.



Mission

Svolgere un ruolo propulsivo per lo sviluppo locale anche attraverso attenti processi di regolazione del mercato, tutela della legalità, qualificazione aziendale e dei prodotti, internazionalizzazione, assistenza tecnica per la digitalizzazione, incentivazione del turismo, tutela dell'ambiente e dei beni culturali.

LA STRATEGIA

OBIETTIVI

Comunicare - ampliare il ruolo della Camera come animatore delle politiche integrate di sviluppo socio-economico territoriale.

- 01** Rafforzare la riconoscibilità dell'ente unico a livello locale e nazionale.
- 02** Migliorare la percezione del ruolo della Camera come promotore dello sviluppo economico e sociale.
- 03** Garantire un approccio condiviso alla comunicazione interna, allineando tutte le sedi.

- 04** Definire un tone of voice distintivo, adatto ai diversi strumenti di comunicazione.
- 05** Coinvolgere e informare il territorio, promuovendo attivamente le iniziative dell'ente.

TARGET DELLA COMUNICAZIONE

1

IMPRESE

2

PROFESSIONISTI

3

PRIVATI CITTADINI

4

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

5

ISTITUZIONI

6

DIPENDENTI E COLLABORATORI

Strategie principali

01

Comunicazione integrata

Creazione di un'identità visiva e linguistica comune.

02

Digitalizzazione

Adozione di strumenti per ottimizzare la produttività di contenuti digitali.

03

Approccio multicanale

Sfruttare diversi strumenti (digitali e tradizionali) per raggiungere tutti i target.

04

Focus territoriale

Promozione delle specificità e delle eccellenze locali.

05

Creazione di un'immagine unica del territorio

Creazione di una linea strategica dedicata alla raccolta di immagini e video promozionali che raccontino le attività dell'ente e il territorio, da utilizzare per campagne di comunicazione sui diversi canali.

GLI ASSET

Sito web

Social
network

CRM

Magazine
digitale

URP

Ufficio
stampa

Sportelli
camerali

Eventi e
fiere

LINEE GUIDA PER IL PERSONALE

Il Piano di comunicazione non può prescindere dalla predisposizione di un insieme di strumenti per il personale camerale che si configurino come una guida a disposizione di tutti coloro che, in diversi ruoli, si occupano della comunicazione dell'Ente o che predispongono documenti che vengono resi disponibili all'utenza.

KIT DI COMUNICAZIONE CONDIVISO

Predisposizione di materiale grafico (documenti in formato .ppt, .doc, ecc) per uniformare la comunicazione dell'Ente in uscita.

VADEMECUM PUBBLICAZIONI ONLINE

Condivisione di linee guida per la redazione di web e social post (formato consigliato immagine, numero max caratteri titolo, ecc)

SITO WEB

Il sito-web camerale è stato realizzato recentemente considerando le migliori prassi presenti nel sistema camerale.

E' stato pensato nell'ottica di rendere quanto più fruibili i contenuti da parte dell'utenza, partendo dal punto di vista dell'osservatore esterno.

Gli obiettivi per il prossimo triennio sono:

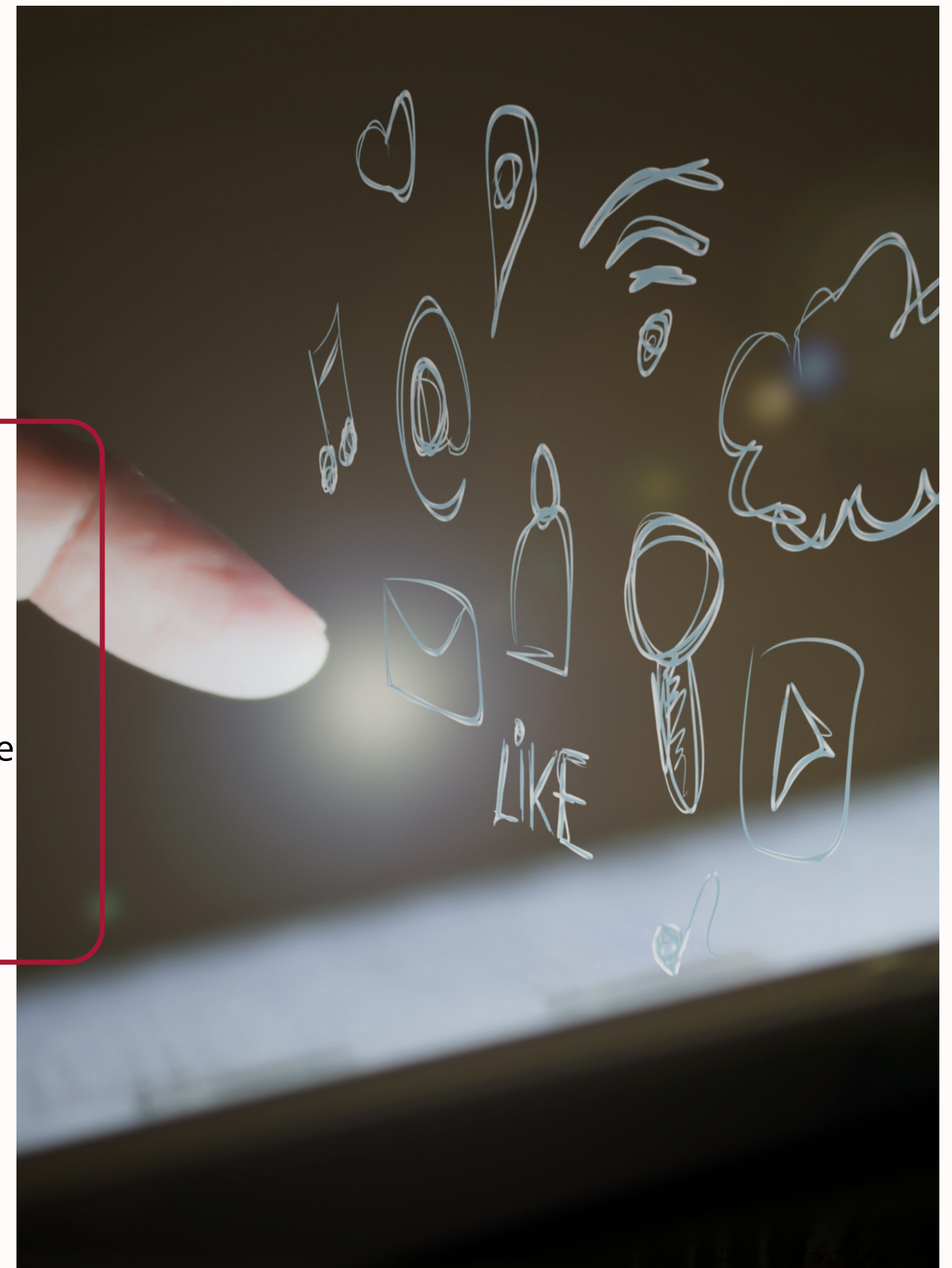
- migliorare i contenuti e la fruibilità da parte dell'utente;
- formazione del personale addetto;
- incrementare e monitorare il traffico;
- sviluppare una linea grafica coerente con la brand identity dell'Ente che preveda la creazione di template grafici per filone di attività (es. internazionalizzazione, digitale, agricoltura, turismo, ecc);
- migliorare la conformità del sito ai principi dettati dalle linee guida WCAG 2.0 previste dallo standard internazionale WAI del W3C.

SOCIAL MEDIA STRATEGY



Ottimizzazione canali social dell'attuale Camera di Commercio accorpata e dei precedenti Enti.

Predisposizione template grafici in linea con la Brand Identity gestibili in autonomia da più utenti, con formazione di personale addetto.



CRM



NEWSLETTER

DEM

**CUSTOMER
SATISFACTION**

Strumento che risponde all'esigenza di ottenere informazioni attraverso cui personalizzare i servizi erogati rendendoli aderenti alle esigenze degli utenti.

Nella fase post accorpamento si è proceduto con il trasferimento dei contatti delle preesistenti Camere nel nuovo software.

Le prossime attività riguarderanno:

- adozione di un nuovo CRM comune al Sistema camerale;
- formazione adeguata del personale addetto;
- data entry dei nuovi contatti provenienti dalle iniziative dell'Ente.

NEWSLETTER

A fine 2024 è stato avviato il progetto con la definizione del team e la realizzazione della prima edizione, uscita nel mese di dicembre.

I prossimi obiettivi sono:

- pianificazione contenuti redazionali;
- miglioramento layout;
- analisi efficacia dello strumento comunicativo.



ORGANIZZAZIONE UFFICIO COMUNICAZIONE

RESPONSABILE UFFICIO COMUNICAZIONE

SITO WEB

Redazione e pubblicazione contenuti anche attraverso la richiesta di supporto all'agenzia di comunicazione di riferimento

COMUNICAZIONE DIGITALE

Redazione e della pubblicazione dei contenuti per social, newsletter e DEM.

- Creazione e pubblicazione contenuti
- Social media analysis e community management;
- Ottimizzazione database utenti (CRM).

AREA STAMPA

Comunicazione con i giornalisti e pubblicazioni ufficiali.

- Redazione e invio comunicati stampa;
- Organizzazione di conferenze stampa/supporto organizzazione eventi.