

## Checklist comunicazione

La checklist aiuta a pianificare e a ottimizzare la comunicazione delle strategie, dei programmi e dei progetti di sviluppo regionale. Maggiori informazioni e ausili su [www.regiosuisse.ch/comunicazione](http://www.regiosuisse.ch/comunicazione).

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | Prevedere le attività comunicative e le <b>risorse</b> necessarie come parti integranti dell'attuazione del programma o del progetto   |
| <input type="checkbox"/> | Formulare obiettivi chiari e concreti, per quanto riguarda sia gli <b>obiettivi</b> generali della comunicazione sia gli obiettivi specifici di ogni singola misura di comunicazione |
| <input type="checkbox"/> | Nel limite del possibile, definire gli <b>indicatori</b> e i <b>parametri</b> in base ai quali valutare il grado di raggiungimento degli obiettivi                                   |
| <input type="checkbox"/> | Definire i <b>ruoli e i compiti</b> legati alla comunicazione, sapere in che cosa consistono e decidere chi debba assumerli  |
| <input type="checkbox"/> | Garantire il <b>flusso interno di informazioni e conoscenze</b> e mettere a disposizione le informazioni necessarie alla comunicazione   |
| <input type="checkbox"/> | Fare in modo che i <b>messaggi centrali</b> della comunicazione siano accettati e interiorizzati dagli attori coinvolti  |
| <input type="checkbox"/> | Definire i <b>gruppi target</b> delle attività di comunicazione e classificarli in base all'importanza (priorità)  |
| <input type="checkbox"/> | Conoscere i <b>bisogni di informazione</b> dei gruppi target   |
| <input type="checkbox"/> | Adeguare i <b>messaggi</b> e i <b>contenuti</b> della comunicazione nonché le relative <b>modalità di diffusione</b> agli obiettivi e ai gruppi target                               |
| <input type="checkbox"/> | Aggiornare i <b>contenuti della comunicazione</b> e dei mezzi di comunicazione   |
| <input type="checkbox"/> | Individuare i <b>moltiplicatori</b> e gli <b>intermediari</b> adatti e farli intervenire nella comunicazione   |
| <input type="checkbox"/> | Curare i <b>contatti con gli operatori mediatici</b> e utilizzarli per le attività di comunicazione  |
| <input type="checkbox"/> | Laddove è possibile e utile ai fini della comunicazione, utilizzare anche i <b>mezzi e i canali di comunicazione dei partner</b> e di altri attori                                   |
| <input type="checkbox"/> | Verificare e, laddove è possibile e utile, sfruttare le possibilità di <b>realizzare</b> attività di comunicazione <b>assieme ai partner</b> e ad altri attori                       |
| <input type="checkbox"/> | Gestire e aggiornare costantemente gli <b>elenchi dei destinatari</b> , compresi gli organi di stampa e i media  |
| <input type="checkbox"/> | Definire, conoscere e rispettare le <b>direttive sulla comunicazione e l'identità aziendale (corporate design)</b> e controllare che vengano osservate                               |
| <input type="checkbox"/> | Programmare consapevolmente una <b>comunicazione regolare</b> e adeguarla alla fase del programma o del progetto   |
| <input type="checkbox"/> | Analizzare regolarmente il <b>raggiungimento degli obiettivi e l'efficacia</b> della comunicazione, verificare i risultati ottenuti e provvedere ai necessari adeguamenti            |