



Panoramica dei canali di comunicazione

Se volete comunicare e diffondere informazioni, la scelta del canale di comunicazione è determinante per raggiungere efficacemente il gruppo target.

In calce vengono riportati i canali per la comunicazione dei Comuni, specificando nelle colonne i gruppi target per i quali sono adatti e a cosa bisogna fare attenzione.

Nel piano delle misure e nella tabella di marcia del piano di comunicazione, stabilite quanto tempo e risorse umane intendete investire nei canali selezionati. È possibile utilizzare determinati canali per una singola iniziativa, come la pubblicazione di un annuncio, mentre altri devono essere costruiti gradualmente, come i canali dei social media.

Facebook, Instagram e TikTok

Cifre 	Gruppo target 	Contenuti 	Forma 	Spese / rischi 	Esempi 
Facebook - 3 milioni di utenti in Svizzera - L'uso quotidiano è in calo e si attesta sul 24 % Instagram - 3,6 milioni di utenti in Svizzera - L'uso quotidiano è in aumento e si attesta sul 29 % TikTok - 2,4 milioni di utenti in Svizzera - L'uso quotidiano è in aumento e si attesta sul 10 %	Facebook > 40 anni; uso individuale, tendenzialmente privato Instagram < 35 anni; uso individuale, tendenzialmente privato TikTok < 25 - 35 anni; uso individuale, tendenzialmente privato	Facebook und Instagram - Storytelling, resoconti (ad es. eventi o tappe di un progetto) - Inviti a eventi o alla partecipazione - Concorsi - Pubblicazione di post in collaborazione con altri Comuni - Consigli / indicazioni - Dichiarazioni di persone (ad es. popolazione, persone coinvolte ecc.) TikTok - Contenuti divertenti - Può essere adatto per l'employer branding tra i giovani	Facebook e Instagram - Storie in formato video o immagine, dove le immagini in movimento sono le più interessanti - Testi brevi e incisivi - Creazione di brevi didascalie, l'essenziale deve essere spiegato nell'immagine o nel video - Uso di emoji (ma non troppe) - Cultura del tu (soprattutto Instagram) TikTok Solo video (in verticale)	Spesa costante per il personale: - gestione del canale, regolare pubblicazione di contenuti e amministrazione della community - eventuali costi per la creazione di immagini / video - verifica di diritti d'autore Rischi: - troppo poco tempo per garantire una presenza interattiva - in casi estremi, «shitstorm» (manifestazione di opinioni diffamatorie)	Facebook Neuchâtel Val de Bagnes Partecipazione a Büren Instagram Morges Pfäffikon TikTok Stein im Fricktal Thun



Nota su X (ex Twitter):

da quando Twitter è diventato X, il network sta perdendo follower. Per questo motivo, potrebbero essere più utili altre piattaforme sociali. Il gruppo target del network è attivo nei media, nella politica e nella ricerca. A causa del limite massimo di 280 caratteri per post, si trovano spesso opinioni incisive.

LinkedIn

Cifre 	Gruppo target 	Contenuti 	Forma 	Spese / rischi 	Esempi 
- 4,3 milioni di utenti in Svizzera	25 - 35 anni; uso individuale in ambito professionale Da quando Twitter è diventato X, politici e media utilizzano sempre più LinkedIn.	- Employer branding - Reclutamento - Notizie dal Comune sulla protezione del clima - Presentazione di campagne - Rappresentanza del Comune - Canale personale di rappresentanti della politica	- Link del sito web a LinkedIn - Redazione di testi non troppo brevi (l'algoritmo preferisce che il post su LinkedIn sia completo di tutte le informazioni) - Inserimento di foto / grafiche e video	Spesa costante per il personale: - gestione del canale, regolare pubblicazione di contenuti e amministrazione della community - eventuali costi per la creazione di immagini / video - verifica di diritti d'autore Rischi: - troppo poco tempo per garantire una presenza interattiva - in casi estremi, «shitstorm» (manifestazione di opinioni diffamatorie)	Regensdorf Losanna Biel/Bienne

Canali WhatsApp

Cifre 	Gruppo target 	Contenuti 	Forma 	Spese / rischi 	Esempi 
- Il 76 % della popolazione svizzera utilizza WhatsApp ogni giorno. - 5,2 milioni di utenti in Svizzera	Tutte le persone che utilizzano WhatsApp < 30 anni: uso quotidiano 92 %	- Adatto per informazioni, novità, comunicati ufficiali. - Possibilità di sondaggi a cui la comunità può partecipare.	- Una chat di gruppo in cui solo un amministratore può scrivere. - Attraverso i canali WhatsApp, le persone possono seguire un Comune, un'impresa o anche privati. - Funziona come la chat privata di WhatsApp. Tuttavia, i follower non possono rispondere, ma solo commentare i messaggi con emoji.	Spesa costante per il personale: - gestione del canale, regolare pubblicazione di contenuti e amministrazione della community - eventuali costi per la creazione di immagini / video - verifica di diritti d'autore Rischi: - troppo poco tempo per garantire una presenza interattiva - in casi estremi, «shitstorm» (manifestazione di opinioni diffamatorie)	Cantone di San Gallo Thun

Sito web del Comune¹

Cifre	Gruppo target	Contenuti	Forma	Spese	Esempi
In base all'analisi dei clic sul sito web del Comune	In linea di principio, i siti web dei Comuni sono visitati da tutti i gruppi target. > 65 anni, più difficile	- Informazioni rapporti sui progetti - Calendario trasmissioni - Partecipazione - Consigli / indicazioni	- Testi, immagini e video - Forum e piattaforme di scambio per la partecipazione elettronica (e-Partecipazione) formale, come e-mitwirkung.ch	Spesa costante per il personale, che deve tenere aggiornato il sito web e pubblicare regolarmente nuovi contenuti.	Möhl pagina di accesso bene organizzata Morges agenda eventi chiara Città di Lucerna Campagna «Wir leben Klimaschutz» Città di Altstätten Partecipazione: macchinario di idee

Blog e newsletter

Cifre	Gruppo target	Contenuti	Forma	Spese	Esempi
In base all'analisi dei clic sul sito web del Comune	Blog - Persone più giovani - Scuole - Rappresentanti della politica - Persone interessate Newsletter > 50 anni: attenzione molto personalizzata 30 - 50 anni: adatto < 30 anni: attenzione molto personalizzata	Blog und Newsletter - Rapporti sui progetti - Conoscenze su temi specifici di comunicazione sul clima - Interviste - Fatti e cifre interessanti - Confronti Solo newsletter - Invito a eventi e processi di partecipazione - Gli articoli del blog possono essere linkati nella newsletter.	Blog - Testi: testi più lunghi, che ad esempio possono fornire informazioni di base. - Immagini / materiale grafico - Integrazione di video - Galleria di immagini con brevi spiegazioni Newsletter - Mailing (ad es. Mailchimp) - Link a blog	Spesa costante per il personale, che deve tenere aggiornato il sito web e pubblicare regolarmente nuovi contenuti. Newsletter Se si gestisce un blog, l'onere supplementare per una newsletter è inferiore.	Blog Baden Umweltwissen - Blog sull'ambiente di Baden Newsletter Männedorf

¹ Gli strumenti di comunicazione più usati dai Comuni continuano a essere il proprio sito web (90 %), i comunicati ufficiali nei media di stampa (86 %), eventi informativi, comunicati stampa (73 %) e comunicati pubblicati periodicamente nel bollettino del Comune (73 %). Fonte: studio della Scuola universitaria professionale dei Grigioni (FHGR) «Lokaljournalismus und Gemeindekommunikation. Bestandsaufnahmen der Schweizer Lokalkommunikation auf Ebene der Lokalmedien und der Gemeinde», 2023.

Giornali, radio, televisione

Cifre 	Gruppo target 	Contenuti 	Forma 	Spese 	Esempi 
- Quotidiani - Giornali di annunci gratuiti - Giornali gratuiti (stampati e online) - Radio - Televisione - Bollettino del Comune / bollettino di annunci del Comune - Giornali dei clienti, ad es. fornitori di energia elettrica	> 50 anni: quotidiani, radio, TV, bollettino del Comune, giornali dei clienti 30 - 50 anni: quotidiani, radio, TV, bollettino del Comune, giornali dei clienti, giornali gratuiti (anche online) < 30 anni: giornali gratuiti	- Novità / informazioni del Comune - Rapporti su eventi e progetti (invitare i media) - Consigli / indicazioni nei giornali dei clienti (inviare un comunicato stampa / proporre una discussione di fondo o un'intervista) - Tappe / innovazioni (inviare un comunicato stampa / proporre un'intervista) - Acquisto di publireportage o di inserzioni	- Comunicato stampa con materiale grafico e fotografico - Consigli / indicazioni con immagini - Discussione di fondo / intervista (richiesta) - Conferenza stampa - Invito all'event	- Mezzi adeguati per raggiungere l'intera popolazione - Nessun costo esterno (tranne per il publireportage) - Possibilità sia di spese una tantum sia di spese ricorrenti - Inserimento tempestivo nella pianificazione del progetto a causa dei tempi di esecuzione - Preparazione del materiale grafico e fotografico (verificare i diritti di immagine) - Gestione di rapporti costanti con i media	Comune di Lyss

Bacheche e segnaletica

Cifre  Pedoni per le strade del proprio Comune	Gruppo target  > 30 anni	Contenuti  - Inviti a eventi - Informazioni su attività visibili - Possibilità di link al sito del Comune con QR code	Forma  - Design bello e accattivante - Utilizzo di materiali di alta qualità per la stampa - Testo: linguaggio semplice, da leggere con facilità quando ci si passa davanti - Supporto del testo scritto con immagini e grafiche - Integrazione del QR code per collegarsi a sito web / pagine di registrazione / sondaggi	Spese  - Spesa costante per il personale (gestione bacheche) - Spesa puntuale per il progetto - Inserimento tempestivo nella pianificazione del progetto, ad esempio per tenere conto dei tempi di stampa e montaggio	Esempi  Nidau <i>Volantino per la giornata del riuso</i> Comune di Köniz <i>Sentiero delle piante di Köniz</i> Associazione dei Comuni Svizzeri <i>Raccolta di ortaggi in centro città</i>
---	--	---	--	---	---

Trasmissioni

Cifre  - Raggiungono tutto il pubblico - Possono essere selezionate	Gruppo target  > 30 anni: idoneo < 30 anni: attenzione molto personalizzata	Contenuti  - Informazioni - Inviti / indicazioni - Panoramica del progetto - Campagna di sensibilizzazione	Contenuti  - Lettere / lettere informative - Volantini - Opuscoli	Spese  - Spesa puntuale per il progetto - Inserimento tempestivo nella pianificazione del progetto, ad esempio per tenere conto dei tempi di stampa e distribuzione	Esempi  Riehen Ittingen <i>Giornale del clima</i>
--	---	---	---	--	---

Eventi

Cifre 	Gruppo target 	Contenuti 	Forma 	Spese 	Esempi 
Eventi propri: - Assemblea comunale - Festa dei giovani cittadini - Evento per il progetto (sul clima) - Giornata delle porte aperte Eventi esterni: - assemblee sociali (associazioni) - feste cittadine / feste comunali	In linea di principio, tutti i gruppi target visitano i vari eventi; la selezione è determinante. Promuovere l'evento attraverso i canali preferiti dal gruppo target.	- Informazioni - Inviti - Dialogo / scambio con gruppo target	- Presenza sul posto - Presentazioni in PowerPoint / relazioni - Possibilità di colloqui personali e di scambio - Stand - Attività	- Spesa puntuale per eventi di minori dimensioni, possibili costi di terzi per catering e infrastrutture - Spesa elevata per eventi con presenza di stand o, ad esempio, in caso di giornata delle porte aperte - Includere nel conto le spese per la pubblicità.	Lucerna <i>esempi di vari eventi</i> Winterthur <i>settimana del clima</i>



Omaggi:

possono essere distribuiti durante l'evento o inviati a casa. In linea di principio, sono adatti a tutti i gruppi target e possono essere integrati con un messaggio o un ringraziamento. Occorre prestare attenzione alla produzione sostenibile e locale degli omaggi.



Contatto personale:

il contatto personale (telefono, e-mail o incontri) è apprezzato da tutti i gruppi target. Può avvenire a livello politico ma anche amministrativo, cioè in caso di informazioni complesse, per lavori di sensibilizzazione o per la cura delle relazioni.

Moltiplicatori

Cifre



- Associazioni
- Partiti politici
- Associazioni mantello
- Rappresentanti della politica
- Scuole
- Personalità conosciute del Comune

Gruppo target



È possibile utilizzare i canali dei moltiplicatori

- per raggiungere gruppi target selezionati;
- per trasmettere credibilità e per tradurre elementi sia linguistici sia culturali.

Contenuti



- Informazioni
- Inviti
- Indicazioni

Forma



- Testi
- Immagini
- Presenza sul posto

Spese



Gestione dei contatti, spesa puntuale

Esempi



[St.Gallo](#)
blog, iniziativa per le scuole Solarcup 2022