



Programma di Comunicazione

2025





Introduzione

Il 2025 rappresenta un punto di svolta per la comunicazione di Manelli Impresa.

L'obiettivo è consolidare una strategia integrata che metta al centro il coinvolgimento interno, la presenza esterna e una corporate identity coerente e innovativa. Questo piano si articola in quattro macro-aree principali: **Comunicazione Interna**, **Comunicazione Esterna**, **Corporate Identity** ed **Eventi**.

Ciascuna area non è solo uno strumento operativo, ma un motore di crescita e posizionamento strategico, come evidenziato da Simon Sinek:

“Le persone non comprano quello che fai, ma perché lo fai.”

L'anno è suddiviso in trimestri tematici, ciascuno progettato per un focus specifico: **Fondamenta (Q1)**, **Costruzione (Q2)**, **Espansione (Q3)** e **Visione (Q4)**.



Lettera agli Stakeholder

Oggetto: Un anno di crescita e collaborazione. Programma di Comunicazione 2025

Cari Stakeholder,

è con grande entusiasmo che condivido con voi la nostra visione e il nostro impegno per il 2025, un anno che promette di essere ricco di sfide, innovazione e nuove opportunità. Come Head of Communication di Manelli Impresa, il mio ruolo è quello di garantire che la nostra identità, i nostri valori e la nostra mission siano rappresentati in modo coerente e significativo, sia all'interno della nostra organizzazione che verso il mondo esterno.

La comunicazione, per noi, non è solo un mezzo per informare, ma un ponte per creare relazioni autentiche, un motore per ispirare fiducia e un elemento chiave per costruire un futuro condiviso. Nel 2025, il nostro programma di comunicazione è guidato da quattro pilastri fondamentali:

- 1. Comunicazione Interna:** Continueremo a promuovere un ambiente di lavoro inclusivo, trasparente e coeso, dove ogni voce conta. Con il lancio di una nuova procedura di comunicazione interna, rafforzeremo la condivisione di informazioni e miglioreremo l'engagement dei nostri dipendenti.
- 2. Comunicazione Esterna:** Ci espanderemo verso nuovi orizzonti digitali, portando avanti la nostra presenza su LinkedIn e YouTube e lanciando nuovi canali social come Instagram e TikTok. Racconteremo il nostro lavoro e i nostri successi con autenticità, mettendo in primo piano i nostri cantieri, le persone e le storie che li animano.
- 3. Corporate Identity:** Lavoreremo per consolidare l'immagine aziendale attraverso strumenti chiave come il Company Profile, il piano di sostenibilità e materiali visivi che riflettano la nostra essenza. La personalizzazione di mezzi, DPI e gadget sarà un altro passo per rendere tangibile il nostro brand.

- 4. Eventi:** I momenti di incontro rimarranno centrali nel nostro percorso. Dal Team Manelli Day, evento di punta dell'anno, agli eventi trimestrali dedicati a team building e celebrazioni, creeremo occasioni per rafforzare il senso di appartenenza e condividere i nostri traguardi.

Il nostro lavoro si basa sulla convinzione che la comunicazione non sia mai un percorso a senso unico. È un dialogo continuo, che si nutre di ascolto, comprensione e azione. Per questo motivo, vi invito a essere parte attiva del nostro viaggio. Le vostre opinioni, il vostro supporto e il vostro feedback saranno fondamentali per il nostro successo.

Come sottolineava Maya Angelou:

"Le persone dimenticheranno ciò che hai detto e ciò che hai fatto, ma non dimenticheranno mai come le hai fatte sentire."

Con l'impegno di farvi sentire parte integrante del nostro viaggio, vi ringrazio per il vostro continuo sostegno e la vostra fiducia. Insieme, possiamo continuare a costruire una legacy che duri nel tempo.

Con stima,

Roberto Giuseppe Arruffati

Head of Corporate Identity and Communication
Manelli Impresa



I Trimestri: Significato e Obiettivi

L'anno 2025 è stato suddiviso in quattro trimestri tematici, ognuno dei quali rappresenta una fase chiave del percorso aziendale e organizzativo. Questa suddivisione non è solo una scelta temporale, ma un modo per scandire il lavoro attraverso obiettivi chiari e focalizzati, ispirati alla metafora della costruzione, che è parte integrante del DNA di Manelli Impresa.

Q1 – Fondamenta (Gennaio - Marzo)

“Ogni grande opera inizia con basi solide.”

Il primo trimestre dell'anno è dedicato alla preparazione e all'analisi strategica, gettando le basi per il successo di tutte le attività future. Così come una costruzione non può reggersi senza fondamenta robuste, ogni progetto richiede pianificazione accurata, visione chiara e identificazione delle risorse.

In questo periodo, i focus principali includono:

- La **revisione delle procedure**, che garantisce l'efficienza e la coerenza operativa.
- La **pianificazione dettagliata** di eventi, iniziative di comunicazione e strategie di corporate identity.
- Il lancio delle prime **attività operative**, come l'implementazione del programma di newsletter interne e la definizione del piano editoriale per LinkedIn, YouTube e i nuovi canali social.

Q1 non è solo preparazione, ma anche l'occasione per analizzare le lezioni apprese dall'anno precedente e applicarle alle sfide future, garantendo una partenza ottimale.

Q2 – Costruzione (Aprile - Giugno)

“Costruire non significa solo aggiungere mattoni, ma creare una visione condivisa.”

Il secondo trimestre rappresenta il momento dell'esecuzione operativa. È qui che le idee pianificate nel Q1 prendono forma concreta. Come in un cantiere in piena attività, ogni squadra lavora in sinergia per realizzare gli obiettivi prefissati, mantenendo sempre alta l'attenzione sulla qualità.

Le attività principali di Q2 includono:

- L'organizzazione di eventi aziendali di medie dimensioni, pensati per rafforzare il senso di appartenenza e la collaborazione tra i dipendenti.
- L'ampliamento della presenza digitale con la pubblicazione di contenuti regolari e la sperimentazione su nuovi canali come Instagram e TikTok.
- La consegna del **Company Profile** (30 aprile), un documento strategico che sintetizza identità, obiettivi e risultati aziendali.

Durante questa fase, ogni azione è orientata verso la costruzione di valore, assicurandosi che gli sforzi collettivi siano allineati alla strategia globale dell'azienda.

Q3 – Espansione (Luglio - Settembre)

“Espandersi significa andare oltre i confini, con coraggio e ambizione.”

Il terzo trimestre è dedicato alla massimizzazione dell'impatto. È il periodo in cui il lavoro svolto nei trimestri precedenti si concretizza in iniziative di ampia portata, come il Team Manelli Day, evento iconico e centrale per celebrare i successi aziendali.

Q3 è il momento per ampliare il raggio d'azione dell'azienda, sia internamente che esternamente. Gli obiettivi chiave includono:

- La creazione di contenuti dedicati al Team Manelli Day, utilizzando tutte le piattaforme digitali per raccontare l'evento e coinvolgere il pubblico.
- La revisione del **Company Profile** (30 settembre), aggiornato con nuove metriche e storie aziendali.



- Il consolidamento dei nuovi canali social, con particolare attenzione a TikTok e Instagram, per rafforzare il dialogo con un pubblico più giovane e diversificato.

Q3 è il momento della celebrazione, ma anche della spinta verso l'espansione, assicurandosi che ogni iniziativa rafforzi la posizione di Manelli Impresa come leader nel settore.

Q4 – Visione (Ottobre - Dicembre)

“La visione guida le decisioni di oggi e definisce il futuro di domani.”

L'ultimo trimestre dell'anno è il momento della riflessione e della pianificazione. Dopo mesi di duro lavoro, Q4 rappresenta l'occasione per fare il punto sui risultati raggiunti, celebrare i successi e pianificare le strategie per il 2026.

Le attività principali di Q4 includono:

- L'organizzazione dell'**evento di fine anno** a dicembre, un'occasione per riconoscere il contributo dei dipendenti e rafforzare il senso di appartenenza.
- La produzione di un **video di bilancio annuale**, che evidenzia i traguardi raggiunti e le prospettive future.
- La creazione di contenuti per i social media che comunichino i valori e i successi aziendali in modo chiaro e coinvolgente.

Q4 non è solo la conclusione di un anno, ma il trampolino di lancio per il successivo.

Come sottolineava Peter Drucker:

“Il miglior modo per predire il futuro è crearlo.”

Macro Aree di Intervento

1. Comunicazione Interna

La comunicazione interna è la linfa vitale che alimenta la coesione e la motivazione aziendale. Come affermato da Richard Branson:

“Se ti prendi cura dei tuoi dipendenti, loro si prenderanno cura del tuo business.”

Azioni principali:

Q1: Revisione della procedura di comunicazione interna. Le informazioni passeranno dai front office ai dipartimenti competenti, garantendo chiarezza e responsabilità.

- Lancio di un programma di newsletter settimanali per aggiornare i dipendenti sulle attività aziendali.

Q2: Implementazione della nuova struttura di comunicazione, con un archiviocentralizzato per agevolare l'accesso alle informazioni.

Q3: Produzione di contenuti dedicati al Team Manelli Day, con particolare focus sul coinvolgimento emotivo dei dipendenti.

Q4: Una newsletter speciale di fine anno per celebrare i successi del 2025 e presentare i piani per il 2026.

2. Comunicazione Esterna

La comunicazione esterna non si limita a rappresentare l'azienda, ma crea un dialogo autentico con il pubblico. In linea con il pensiero di Seth Godin:

“Le persone non comprano beni e servizi. Comprano relazioni, storie e magia.”

Azioni principali:

Q1: Definizione di un piano editoriale strategico per LinkedIn e YouTube, con la produzione di due video cantieri al mese e il lancio dei primi episodi di podcast su ambiente, qualità e sicurezza.

Q2: Apertura dei canali Instagram e TikTok, con contenuti dinamici per diversificare il target e raccontare l'azienda con uno stile più informale e immediato.

Q3: Raccontare il Team Manelli Day attraverso video, foto e post celebrativi su tutti i canali digitali.

Q4: Produzione di un video di bilancio annuale e pubblicazione di contenuti che riflettano i successi aziendali.

3. Corporate Identity

La corporate identity è il pilastro che sostiene la coerenza visiva e narrativa dell'azienda. Come afferma Wally Olins:

“Un marchio è l'espressione di ciò che sei e di ciò che fai, visibile e tangibile in ogni cosa che produci.”

Azioni principali:

Q1 e Q2: Revisione e aggiornamento del Company Profile per la consegna del 30 aprile. Distribuzione di gadget personalizzati per eventi e attività aziendali.

Q3: Seconda revisione del Company Profile con la consegna del 30 settembre. Personalizzazione dei mezzi aziendali e dei DPI con il nuovo brand design.

Q4: Produzione di calendari aziendali e creazione del piano di sostenibilità, evidenziando i risultati raggiunti e gli impegni per il futuro.

4. Eventi

Gli eventi rappresentano momenti di connessione autentica e celebrazione. Come affermato da Dale Carnegie:

“Le persone lavorano per il denaro, ma si impegnano per il riconoscimento e la soddisfazione.”

Azioni principali:

Q1: Evento di team building per rafforzare la collaborazione tra i dipendenti.



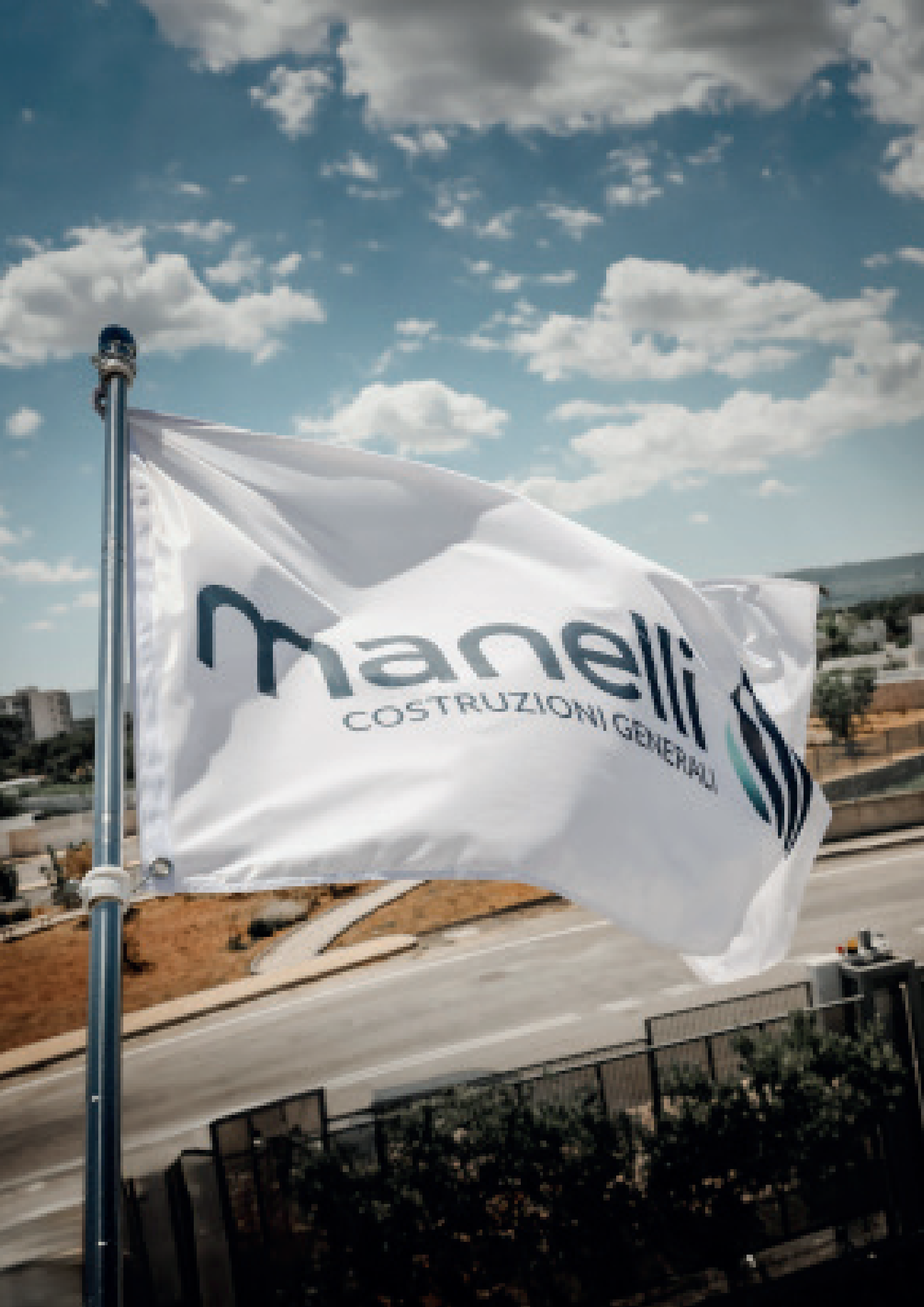
Q2: Evento dedicato alla formazione o al raggiungimento di milestone aziendali.

Q3: Team Manelli Day (1° agosto), evento di punta dell'anno per celebrare i successi aziendali e rafforzare il senso di appartenenza.

Q4: Evento di chiusura con focus sui risultati e la visione per il 2026.

Conclusioni

Il 2025 è un anno che punta a rafforzare l'identità e l'impatto di Manelli Impresa sia all'interno che all'esterno. Ogni attività è progettata per integrare innovazione, coinvolgimento e coerenza strategica, con l'obiettivo di costruire un'eredità duratura, in linea con il payoff aziendale: ***Building Legacy***.



Manekin
COSTRUZIONI GENERALI





Sede Italia

MANELLI IMPRESA S.P.A.

Via Clemente Cancelli, 11

Monopoli (BA) – Italy

P. IVA IT06746680724

Cap. Sociale: € 15.000.000,00

Tel: +39 080 747 826

Fax: +39 080 744 379

E-mail: frontoffice@manelligroup.com

PEC: manelli@legalmail.it

manelligroup.com

Sede Romania

MANELLI IMPRESA S.P.A. MONOPOLI

SUCURSALA BUCURESTI - ROMANIA

B-dul Regina Maria, Nr.1, Bloc P5B, Sc.1,

Et.7, ap nr. 20/21 sector 4 Bucuresti

CUI RO35152060

Tel: +40 310 699 570

Fax: +40 310 699 570

Mobile: +40 770 611 208

E-mail: romania@manelligroup.com