



REGOLAMENTO DI CERTIFICAZIONE DEL COMUNICATORE PROFESSIONISTA - SCHEDA PROFILO COMUNICATORE I LIVELLO -

È vietata la riproduzione totale o parziale, con qualsiasi mezzo, di questo documento senza l'autorizzazione di Kiwa Italia

INDICE

- 1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE
- 2 SCHEDA PROFILO PROFESSIONALE
- 3 SORVEGLIANZA E RINNOVO

rev. n°	SINTESI DELLA MODIFICA	DATA
1	Rebranding, modificati font e logo Kiwa; modificata codifica Regolamento	2025-11-19
0	Prima emissione	2013-11-30

Verifica:

Responsabile Compliance

Dott.ssa Laura Moro

Approvazione:

Direttore Compliance e Affari Legali

Ing. Maria Anzilotta

1 SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Il presente documento contiene i requisiti specifici per la certificazione del “Comunicatore Professionista” relativamente allo specifico profilo di **Comunicatore professionale di I livello**.

In particolare il presente documento denominato **Scheda del Profilo Professionale** definisce univocamente:

- Descrizione del profilo professionale
- Elenco delle evidenze che il candidato deve produrre a soddisfazione dei requisiti
- Requisiti di Istruzione, Conoscenza, Competenza ed esperienza professionale
- Requisiti per l'accesso all'esame di certificazione
- Modalità per lo svolgimento dell'esame di certificazione (composizione della commissione, criteri di valutazione, tipo, durata e svolgimento delle prove)
- Requisiti e modalità per il mantenimento della certificazione
- Requisiti e modalità per il rinnovo della certificazione.

Tutte le regole generali riferite alla certificazione dell'Informatico Professionista sono riportate nella Procedura di schema RG 01 PRS Comunicatore Professionista_BASE a cui tale scheda è abbinata e a cui si rimanda.

2 SCHEDA PROFILO PROFESSIONALE

Il presente documento è redatto in conformità alla norma ISO 17024:2012 per professionisti che svolgono l'attività di: **Comunicatore professionale di I livello** in conformità alla norma UNI 11483:2013 e ai regolamenti europei ai quali essa si ispira e a cui rimanda.

2.1 Descrizione sintetica del profilo

I compiti del comunicatore professionale di I livello, sono comuni e da assolvere per qualunque profilo professionale del comunicatore professionista di II livello e sono raggruppati in 4 fasi distinte:

1. Fase di analisi
2. Fase di pianificazione
3. Fase di attuazione
4. Fase di valutazione e rendicontazione.

I compiti relativi ad ogni fase sono dettagliati nella norma UNI 11483 e riportati al successivo § 2.2.4 in correlazione con le competenze e abilità richieste per ciascun gruppo di compiti.

2.2 Requisiti

2.2.1 Idoneità

Non ci sono elementi specifici che determinano l'idoneità dei candidati

2.2.2 Affidabilità giuridica

Per poter accedere al processo di certificazione il candidato dovrà sottoscrivere una dichiarazione ai sensi del DPR 445 sulla propria affidabilità giuridica e onorabilità professionale.

2.2.3 Istruzione

Laurea specifica per il settore.

Se il candidato non fosse in possesso di una laurea specifica può accedere al processo di certificazione se soddisfa i seguenti requisiti:

- Laurea generica con un master universitario di 1° o 2° livello specifico nella comunicazione
- Diploma e 5 anni di esperienza specifica nel settore della comunicazione.

2.2.4 Compiti e Conoscenze di Base, Trasversali e Tecnico Professionali

Fase di analisi

Compiti	Competenze	
	Abilità	Conoscenze avanzate
Individuazione/precisazione degli obiettivi della comunicazione	- Interagire (personalmente e/o mediamente documentati) con il committente per individuare, chiarire o concordare gli obiettivi dell'azione di comunicazioni; - Redigere analizzare il documento di precisazione degli obiettivi e delle risorse per la comunicazione; - Interagire con diversi tipi di stakeholder	- Psicologia cognitiva - Semiotica - Pragmatica della comunicazione - Marketing
Analisi del background del comunicatore	Acquisire e analizzare la documentazione funzionale sulla fisionomia del bene da promuovere, la "storia comunicativa" del committente, le strategie di immagine, il posizionamento, la struttura organizzativa per quanto attiene alle strategie e politiche di comunicazione	- Psicologia cognitiva - Semiotica - Organizzazione aziendale - Marketing - Diritto Amministrativo - Sociologia della comunicazione
Analisi del target a cui si intende comunicare/del gruppo o profilo con cui si intende attivare/rafforzare una relazione comunicativa	Acquisire e analizzare la documentazione funzionale sui criteri di segmentazione del mercato e sullo specifico target/gruppo/profilo con cui si intende attivare/rafforzare una relazione comunicativa, con particolare riferimento alla "dieta comunicativa" (sistema dei media sino allora utilizzati dal committente per gestire la relazione)	- Economia aziendale - Marketing - Sociologia della comunicazione - Teoria e tecnica della comunicazione di massa
Studio del contesto in cui la comunicazione si inserisce	- Acquisire e analizzare la documentazione delle determinanti (politiche, economiche, socioculturali, geo-economiche e tecnologiche, normative, ecc.) caratterizzanti il contesto e finalizzati alla messa a punto di azioni di comunicazione efficaci; - Acquisire e analizzare la documentazione sulla posizione del committente (benchmark, business intelligence)	- Sociologia della comunicazione - Geografia economico-politica - Diritto dell'informazione e della comunicazione - Diritto privato e di diritto pubblico - Economia aziendale - Marketing - Economia politica
Precisazione del risultato atteso (obiettivo) del committente (notorietà/immagine/reputazione/acquisti/fruizione/partecipazione), da raggiungere	- Formalizzare il risultato atteso (obiettivo) in un documento che ricordi chiaramente le informazioni acquisite e trattare e la precisazione del risultato atteso; - Interagire con diversi tipi di stakeholder	- Economia aziendale - Marketing - Scrittura professionale - Psicologia cognitiva

mediante l'azione comunicativa		- Semiotica - Pragmatica della comunicazione
--------------------------------	--	---

Fase di pianificazione

Compiti	Competenze	
	Abilità	Conoscenze avanzate
Precisazione dei concept/dell'idea che si intende comunicare al target per raggiungere il risultato atteso	- Incrociare i dati e le informazioni quali-quantitative raccolte nel corso delle attività precedenti; - Mettere a punto il concept dell'azione/relazione comunicativa mediante attività quali brain storming, libere associazioni, focus group, ecc.; - Presentare e formalizzare il concept in un documento (eventualmente correlato a preventivo di spesa e/o facente parte del documento in cui al punto seguente) di proposta alla committenza, che espliciti la correlazione tra concept e informazioni acquisite e trattate; - Interagire con diversi tipi di stakeholder.	- Metodi di valutazione - Psicologia sociale - Economia aziendale - Marketing - Sociologia della comunicazione - Psicologia cognitiva - Semiotica - Pragmatica della comunicazione
Definizione di piano di comunicazione relativo al contenuto da fornire (messaggi) e dei mezzi più efficaci (strumenti e azioni) per raggiungere il risultato atteso	- Redigere il documento di pianificazione della comunicazione che corredi il risultato atteso al concept e ne sviluppi e motivi l'articolazione in: - Messaggi e contenuti; - Stesura di piano media e/o di piano di azioni da realizzare, sulla base delle risorse individuate come necessarie/adeguate/disponibili; - Tempi di attuazione del piano di comunicazione - Risorse (umane, strumentali, tecniche) necessarie alla sua attuazione e costi correlati; - Individuazione di indicatori dell'efficienza ed efficacia delle azioni di comunicazione proposte	- Scrittura professionale - Economia Aziendale - Psicologia cognitiva - Metodi di valutazione - Teorie e tecnica della comunicazione di massa - Marketing
Impiego delle conoscenze e abilità di base nell'uso della parola scritta e/o orale e dell'immagine	- Sviluppare/coordinare lo sviluppo e la verifica di un sistema coerente, efficiente ed efficace di messaggi testuali e/o iconici da veicolare sui media identificati come funzionali al risultato atteso e/o di azioni da realizzare	- Linguistica generale - Retorica applicata - Linguistica testuale - Comunicazione visiva
Gestione degli strumenti e delle applicazioni di	- Redigere testi, creare basi di dati, grafici e	- Linguistica testuale

tipo informatico e telematico	tabelle in formato digitale; - Inviare, ricevere e leggere messaggi di posta elettronica e di allegati; - Utilizzo in chiave di gestione strategica e operativa delle interazioni mediante social network	- Informatica applicata - Teorica e tecnica della comunicazione di massa
Valutazione dei costi dell'attività di comunicazione	- Stendere un bilancio di previsione, sulla base della normativa vigente per quanto riguarda l'imposizione fiscale (contributi, imposte, tasse, eventuali ristori)	- Economia aziendale - Metodi di valutazione - Diritto dell'informazione e della comunicazione - Diritto privato e diritto pubblico

Fase di attuazione

Compiti	Competenze	
	Abilità	Conoscenze avanzate
Attuazione del piano di comunicazione	- Sviluppare i messaggi e contenuti; - Implementare il piano media/delle azioni di comunicazione; - Controllare in itinere in cronoprogramma; - Gestire le risorse (umane, strumentali, tecniche) necessarie all'attuazione delle azioni previste dal piano dei costi correlati, - Interagire con diversi tipi di stakeholder	- Linguistica testuale - Psicologia sociale - Informatica applicata - Organizzazione aziendale - Psicologia cognitiva - Semiotica - Pragmatica della comunicazione

Fase di valutazione e rendicontazione

Compiti	Competenze	
	Abilità	Conoscenze avanzate
Valutazione	- Applicare gli indicatori dell'efficienza ed efficacia della azioni di comunicazione attuate; - Esaminare il rendiconto economico-finanziario; - Trasmettere e discutere i risultati della valutazione con il committente; - (Ove applicabile) formulare indicazioni per il miglioramento della azioni comunicative	- Metodi di valutazione - Economia aziendale - Economia politica
Rendicontazione	- Controllo e riepilogo di tutte le spese effettuate, in relazione agli impegni contrattuali e alle scadenze; - Stesura e presentazione di rendiconto economico-finanziario	- Contabilità e bilancio - Controllo di gestione

2.2.5 Esperienza professionale

3 anni di esperienza professionale nel campo della comunicazione.

2.3 Esame di Certificazione**2.3.1 Programma Delle Prove**

Il programma delle prove si compone di 3 tipologie di prove:

1. 1ª prova scritta a risposte chiuse;
2. 2ª prova scritta basata sulla redazione di un progetto di comunicazione;
3. Prova orale.

Tabella indicativa delle attività e del programma delle prove

Orario	Attività
9.00	Identificazione candidati
10.00	Presentazione Esame, Programma delle Prove, Criteri di valutazione, Modulistica d'esame, procedura di segnalazione ricorsi e reclami.
10.30	Consegna ed Esecuzione della prima prova scritta
11.30	Consegna ed Esecuzione della seconda prova scritta
12.30	Correzione degli elaborati e preparazione calendario prove orali
13.30	Pausa ristoro
14.00	Avvio prove orali – (ipotesi 20 min a candidato)
18.30	Redazione Verbale finale

2.3.2 Descrizione e criteri di valutazione delle Prove**• Prima Prova Scritta**

La prima prova scritta di compone di 45 domande a risposta chiusa, con 3 alternative, fra le quali solo una è quella esatta.

Il candidato deve evidenziare la risposta per lui corretta, ciascuna risposta corretta vale un punto, quelle sbagliate o non date valgono 0 punti, non si assegnano punteggi negativi.

La sufficienza viene raggiunta totalizzando il 60% di risposte corrette (27 risposte corrette su 45).

Il candidato viene ammesso alla seconda prova scritta se la prima prova scritta è risultata sufficiente.

• Seconda Prova Scritta

La seconda prova scritta consiste nella redazione di un progetto di comunicazione, dato un obiettivo e alcuni vincoli di partenza. Nell'ambito di tale prova il candidato dovrà sviluppare le 4 Fasi (di analisi, pianificazione, attuazione, valutazione e rendicontazione) previste dalla normativa 11483 (rif. precedente § 2).

Per ogni fase definita correttamente, viene assegnato dalla commissione un punteggio massimo (fase di analisi: punteggio massimo pari a 30, altre fasi: punteggio massimo pari a 20).

Al fine di rendere la valutazione della seconda prova scritta oggettiva e omogenea (per quanto possibile), viene fornita alla commissione di esame una griglia di valutazione. Tale griglia contiene delle linee guida per la valutazione di ogni fase del progetto da parte dei commissari.

Il candidato viene ammesso alla prova orale se la seconda prova scritta è risultata complessivamente ha raggiunto il punteggio di 70/100.

• Prova Orale

La prova orale consiste nel discutere il progetto di comunicazione elaborato nella seconda prova scritta e nella verifica delle conoscenze professionali del candidato (previste dal profilo).

Il commissario sottopone quindi al candidato un numero adeguato di domande che servano a fare una verifica approfondita del livello di conoscenze del candidato.

Nella conduzione delle prove orali i commissari devono verificare le Competenze Professionali dei candidati, sono quindi consigliate domande aperte.

Per la valutazione della prova orale la commissione assegna un punteggio complessivo che può variare da 0 a 100, la sufficienza viene raggiunta con un punteggio minimo di **70/100**.

La commissione di esame utilizza, come riferimento per la valutazione della prova orale, una tabella di valutazione che riporta dei criteri di guida per l'assegnazione del punteggio della prova orale:

Tabella valutazione prova orale

Valore	Ambito	Giudizio
0-29	Comprensione domanda	Il candidato non ha compreso la domanda
	Appropriatezza risposta	La risposta è assente o non è pertinente all'ambito della domanda. Il candidato mostra assenza di padronanza dell'argomento
30-49	Comprensione domanda	Il candidato ha compreso parzialmente la domanda
	Appropriatezza risposta	La risposta è generica e non soddisfacente o non completamente pertinente. Il candidato mostra assenza di padronanza dell'argomento
50-69	Comprensione domanda	Il candidato ha compreso la domanda
	Appropriatezza risposta	La risposta pur essendo appropriata è incompleta o incerta. Il candidato mostra una certa padronanza dell'argomento non ancora sufficiente
70-85	Comprensione domanda	Il candidato ha compreso pienamente la domanda
	Appropriatezza risposta	La risposta è completa. Il candidato mostra sufficiente padronanza dell'argomento.
86-100	Comprensione domanda	Il candidato ha compreso la domanda dando prova di una comprensione globale negli aspetti professionali collegati
	Appropriatezza risposta	La risposta è completa e dettagliata. Il candidato mostra ottima padronanza dell'argomento.

2.3.3 Valutazione Esame

Al termine delle prove di esame, la commissione informa il candidato dell'esito, ricordando che anche se l'esame è stato superato, la delibera di certificazione spetta comunque al comitato di delibera di KIWA CERMET (nel seguito Kiwa Italia).

Il candidato che non ha superato l'esame (o parte di esso: prima o seconda prova scritta) può ripeterlo entro tre (3) mesi, pagando la sola quota relativa all'esecuzione dell'esame (o parte di esso).

3 SORVEGLIANZA E RINNOVO

3.1 Requisiti per il Mantenimento della certificazione

La durata della certificazione è stabilita in tre anni dalla data di delibera del certificato, annualmente il professionista certificato deve produrre e trasmettere a Kiwa Italia:

- Evidenza dell'esercizio retribuito della professione;
- Evidenza dell'aggiornamento professionale, nella misura di 30 crediti annuali, eseguito presso organizzazioni o istituti di formazione riconosciuti da MIUR Regioni e ordini professionali (1 credito = 1 ora di formazione), o presso organizzazioni con corsi di formazione qualificati da Organismi di Certificazione accreditati per lo specifico schema (1 credito = 2 ore di formazione); al di fuori di queste condizioni la commissione si riserva di riconoscere gli eventuali crediti;
- Evidenze della registrazione e del trattamento dei reclami ricevuti;
- Evidenza del pagamento della quota annuale così come indicato nel tariffario di schema.

Tali evidenze potranno essere prodotte con una autodichiarazione ai sensi del DPR 445 del 28/12/2000, in tal caso le evidenze potranno essere verificate da funzionari Kiwa Italia debitamente incaricati al controllo della documentazione professionale. Come evidenze saranno ritenute valide (senza ulteriori controlli da parte di Kiwa Italia) anche le dichiarazioni rilasciate dalle Associazioni Professionali del settore, conformi ai requisiti previsti dalla legge 4 del 14/01/2013.

È possibile la riproduzione (anche a colori) dei certificati di conformità rilasciati da Kiwa Italia, purché riproducano integralmente l'originale, non è consentita la riproduzione parziale.

3.2 Requisiti per il rinnovo triennale della certificazione

Alla scadenza del triennio di certificazione il professionista certificato deve dare:

- Evidenza dell'esercizio retribuito della professione;
- Evidenza della formazione nella misura di 90 crediti (totale del triennio);
- Evidenze della registrazione e del trattamento dei reclami ricevuti;
- Evidenza del pagamento della quota annuali come previsto nel tariffario di schema.
- Superamento di un colloquio orale con il candidato (consistente in un set di domande poste al candidato) che segue regole analoghe alla prova orale indicata al precedente § 2.3.2

Le evidenze devono essere supportate da documentazione di corredo che mostri e attesti l'effettivo soddisfacimento del requisito. Come evidenze saranno ritenute valide anche le dichiarazioni rilasciate dalle Associazioni Professionali del settore, secondo quanto previsto dalla legge 4 del 14/01/2013.

Se nel periodo di validità della certificazione, mutate condizioni del contesto lavorativo, professionale o normativo impongono una revisione del profilo professionale, la Direzione Certificazione comunicherà le variazioni e le eventuali disposizioni per il mantenimento della certificazione.