**Bozza Format A+vità di Comunicazione Agenda Urbana**

|  |  |
| --- | --- |
| **Autorità urbana** | **COMUNE DI PERUGIA** |
| NOME PROGETTO | Perugia.zip | Agenda Urbana della città |

Descrizione PROGETTO di

Agenda Urbana

Con atto di Giunta n.454 del 7.12.2016 il Comune di Perugia ha approvato il Programma di Sviluppo Urbano Sostenibile “Perugia.zip” nell’ambito dell’Agenda Urbana 2014-2020 in linea con gli obiettivi individuati dalla Regione Umbria nei propri documenti programmatici attuativi della programmazione comunitaria 2014-2020. In particolare con Perugia.Zip, il Comune vuole attuare, attraverso un progetto strategico, una riconnessione, grazie all’uso delle ICT e investendo sul capitale sociale, tra il centro storico e l’area di Fontivegge al fine di avvicinare l’amministrazione ai cittadini e alle imprese.

# Interventi di AU:

**DIGITALIZZAZIONE**: Soluzioni tecnologiche per la realizzazione di servizi di e- Government integrati (joined-up services) e progettati con cittadini e imprese, applicazioni di e- procurement e soluzioni integrate per le smart cities and communities

**ILLUMINAZIONE**: Adozione di soluzioni tecnologiche per la riduzione dei consumi energetici delle reti di illuminazione pubblica, promuovendo installazioni di sistemi automatici di regolazione (sensori di luminosità, sistemi di telecontrollo e di telegestione energetica della rete)

**MOBILITA’:** Realizzazione di infrastrutture e nodi di interscambio finalizzati all’incremento della mobilità collettiva e alla distribuzione ecocompatibile delle merci e relativi sistemi di trasporto a Fontivegge, potenziamento sistema bike sharing, nuovi percorsi ciclopedonali e potenziamento del sistema ICT per Infomobilità

# **CULTURA**: Riqualificazione e valorizzazione dell’ex Cinema Turreno

**SOCIALE**: Servizi Educativi Territoriali di Comunità, centro famiglie e progetti di innovazione sociale

I risultati attesi dal cambiamento che conseguirà all’attuazione del Programma Perugia.zip, genereranno miglioramenti importanti e misurabili che, potenziati dall’approccio sistematico ed integrato della realizzazione dei singoli interventi, contribuiranno al conseguimento degli obiettivi generali e specifici individuati:

1. Riconnettere il tessuto della città, sviluppare una percezione unitaria e raccogliere in uno stesso spazio un numero maggiore di contenuti fatti di servizi e informazioni.
2. Ridurre il fabbisogno energetico attuale, i consumi finali e le emissioni inquinanti.
3. Definire nuovi modi di esperire la città storica valorizzando il patrimonio artistico e culturale della città.

Descrizione STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

che si propone per il progetto Agenda urbana del proprio Comune

## STRATEGIA

Il ruolo della strategia di comunicazione è quello di organizzare in modo sinergico le attività di promozione ed informazione sulla base di un linguaggio comune e omogeneo, che garantisca la riconoscibilità e la massima visibilità degli interventi realizzati nell'ambito dell’Agenda Urbana.

La Strategia dovrà essere:

* rivolta all’intero territorio comunale in modalità off line e nazionale in modalità on line;
* varia nei contenuti e nelle azioni, garantendo una trasversalità ed il rispetto delle diverse esigenze di comunicazione dei settori del Comune di Perugia coinvolti: Servizi tecnologici, Mobilità, Ambiente, Cultura, Sociale;
* coordinata al fine di raggiungere la massima visibilità degli interventi;
* flessibile, cioè in grado di assicurare il soddisfacimento di esigenze future e di accompagnare le diverse fasi di attuazione;

## TARGET

I destinatari della strategia di comunicazione sono raggruppati in quattro differenti gruppi: beneficiari effettivi, beneficiari potenziali, pubblico e soggetti particolari definiti come “moltiplicatori dell’informazione”.

1. **Beneficiari effettivi**: i residenti di Fontivegge e del Centro Storico e gli utilizzatori
2. **Beneficiari potenziali**: sistema delle imprese, enti locali, soggetti pubblici, partnariati pubblico-privato
3. **Pubblico**: cittadini e opinione pubblica, giovani, donne e persone con disabilità
4. **Moltiplicatori di informazioni:** partner istituzionali, associazioni di volontariato, associazioni di categorie, media, social media.

## AZIONI DI COMUNICAZIONE

1. Integrazione immagine coordinata istituzionale. Nello specifico le progettazioni di visual e content design di tutte le attività di comunicazione e le attività promozionali di AU Perugia saranno il frutto di una integrazione e di una cooprogettazione con la stessa Regione Umbria. Si avranno quindi, nello stesso contenitore grafico e web, sia il vostro format “VIVO AGENDA URBANA” come previsto nella linea di immagine coordinata per l’Agenda Urbana di cui alla DGR n. 879/2016 e DD n.8979/2016 finanziata dalla Regione e messa gratuitamente a disposizione delle AU, che altri contenuti grafici.
2. Predisposizione di materiali informativi (brochure, manifesti, infografiche), finalizzati ad illustrare ed approfondire la conoscenza degli interventi di Agenda Urbana su più livelli e per diversi per target di riferimento, da pubblicare on line e da distribuire in occasione dei vari eventi;
3. Video istituzionale
4. Sviluppo di un portale web dedicato che amplifichi le informazioni per il grande pubblico, per i potenziali beneficiari e per i moltiplicatori di informazione con contenuti video
5. Apertura pagine dedicate sui maggiori Social Network, Social media Management per inserimento contenuti e video, monitoraggio e gestione della community
6. creazione di spot/messaggi pubblicitari per campagna radio-televisiva
7. Ufficio stampa e media relation al fine di assicurare il costante coinvolgimento degli operatori dell’informazione
8. Eventi: organizzazione di un convegno ed un evento finale che illustri i risultati degli interventi di AU

## CASSETTA DEGLI ATTREZZI COMUNE DI PERUGIA

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **STRUMENTI DI COMUNICAZION E** | **Titolo/tema** | **Gruppi di destina tari** | **Tempi** | **Budge t (iva inclusa****)** | **Indicatori di realizzazio ne** |
| Lettera A +B “Azioni di |  | GP/PB/MI | 31.12.201 | 12.216 |  |
| Comunicazione” |  | 8 |  |
| Convegno | “C’è piu futuro in città” | GP/PB/ MI | 2022 | 1.220 | N. pubblico presente > 100 |
| Social Media | Canali Social | GP |  |  | n. like>1000,n.post>500,n.visualizzazioni> 50.000 |
| Management con risorsa esterna perinserimento contenuti | dedicati AU |  | 2019-2022 | 8.771 |
| e video, monitoraggio |  |  |  |  |
| e gestione della |  |  |  |  |
| community |  |  |  |  |
| Acquisto pagine/spazi su quotidiani (anche on line), radio, tv, stampa pieghevoli, manifesti e tasse aﬃssioni |  | GP | 2019/2022 | 8.540 | N.pieghevoli> 5.000n. spot radiofonic i > 20 |
| Lettera D Realizzazione sito web e sviluppo CMS web-based, il CMS |  | GP | 31.12.18 / aggiorn amenti 19/2022 | 12.200 | n. accessi >50.000 |
| sarà completamente |  |  |
| personalizzato e dinamico per |  |  |
| eﬀettuare gli aggiornamenti |  |  |
| testuali e fotograﬁci |  |  |
| Video Istituzionale |  | GP | 2019/2 | 4.880 | > 25.000visualizz azioni |
|  |  | 022 |  |
| Evento ﬁnale | “C’è piu futuro in città” | GP | 2022 | 1.210 | n/ pubblico > 100 |

**Totale budget 49.037,00 euro**

*Budget:* ripartito per anni Iva 22% compresa

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 2018/2019 | 2019/2020 | 2020/2022 | Totale |
| 34.532,00 | € 10.611,00 | € 3.894,00 | 49.037,00 € |