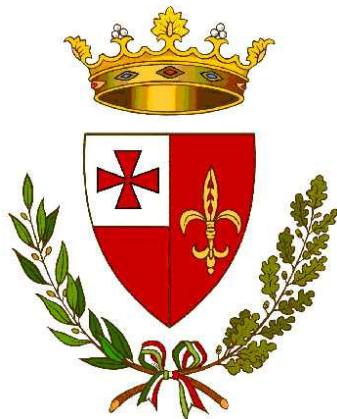


COMUNE DI FOLIGNO



PIANO DELLA COMUNICAZIONE

ANNO 2021

Sommario

1. Premessa	pag. 4
2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	pag. 5
3. AZIONI E STRUMENTI	pag. 6
4. VALUTAZIONE DEI RISULTATI	pag. 9
5. PROGETTI DI COMUNICAZIONE	pag. 9
GIORNATA DELLA TRASPARENZA 2021	pag. 12
“Etica, trasparenza e cittadini digitali”	
1 OTTOBRE 2021 - 25° ANNIVERSARIO DELLA COSTITUZIONE DEL “CENTRO DI SELEZIONE E RECLUTAMENTO NAZIONALE DELL’ESERCITO”	pag. 14
PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE PER L’UMBRIA 2014-2020 (P.S.R.)	pag. 16
IL PARCO URBANO DIFFUSO - Connessioni tra la città dell’acqua e la montagna	
Strategia di informazione e pubblicità	
CAMPAGNA DI INFORMAZIONE SUI SERVIZI ONLINE DEL COMUNE	pag. 18
FOLIGNO COMUNE AMICO DELLA FAMIGLIA	pag. 20
AFFIDO FAMILIARE SENSIBILIZZAZIONE PER REPERIMENTO FAMIGLIE DISPONIBILI - NUOVO REGOLAMENTO AFFIDO FAMILIARE	pag. 22
AZIONI DI SOSTEGNO ALLA NATALITÀ E ALLA GENITORIALITÀ RESPONSABILE - PROTOCOLLO COMUNE - ASSOCIAZIONI - CONSULTORIO USL UMBRIA2	pag. 24
ATTIVITA’ EVENTO FILM SU DANTE DI PUPI AVATI PER RIPRESE A PALAZZO TRINCI	pag. 26
INFO ORARI STRUTTURE MUSEALI, APERTURE STRAORDINARIE, RIMODULAZIONE ORARI POSTCOVID	pag. 28
SEZIONE CONTEMPORANEA MOSTRA "MADONNA DI FOLIGNO"	pag. 30
APERTURA MUSEO MULTIMEDIALE QUINTANA 4D A PALAZZO CANDIOTTI	pag. 32
MOSTRA “RAFFAELLO e LA MADONNA DI FOLIGNO. LA FORTUNA DI UN MODELLO”	pag. 34
Proroga	
RETE DEGLI ATTRATTORI CULTURALI - ITINERARI CULTURALI E TEMATICI INTORNO AI BENI DI INTERESSE STORICO ARTISTICO DELLA CITTA’	pag. 36
COMUNICAZIONE: PRESENTAZIONE RIALLESTIMENTO SEZIONE ARCHEOLOGICA PALAZZO TRINCI	pag. 38
GIRO D’ITALIA 2021	pag. 40
NOTTE BIANCA DELLO SPORT 2021	pag. 42

CAMPAGNA PROMOZIONALE ESTATE	pag. 44
CAMPAGNA PROMOZIONALE NATALE	pag. 46
PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO MEDIANTE CREAZIONE DI ESPERIENZE IMMERSIVE, CONTENUTI PROMOZIONALI PER INCENTIVARE LA VISITA, CARTELLONISTICA E CREAZIONE DI EVENTI (OPERATORE ECONOMICO " KOLORADO S.A.S. DI PAOLO MARCANTONINI E C.")	pag. 48
POSIZIONAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E LA GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"	pag. 50
PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO COMUNALE DI FOLIGNO A MEZZO STAMPA (OPERATORE ECONOMICO "A. MANZONI & C. S.P.A.)	pag. 52
PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO VIA WEB E TRAMITE CANALI "SOCIAL MEDIA" CAMPAGNA "NATIVE ARTICLE 10 CITTA' + FORMATO VIDEO PC/TABLET" (OPERATORE ECONOMICO "CITY NEWS S.P.A.")	pag. 54
GIORNATE DANTESCHE Eventi da aprile a settembre	pag. 56
LETTURE PUBBLICHE E CONDIVISE: "FOLIGNO LEGGE IL MARE", "PER AMORE E PER GIUSTIZIA", "MONTAGNE INCANTATE", "LETTURE E RACCONTI DELLE BIBLIOTECA DI FOLIGNO"	pag. 58
ESTATE AL TRINCI	pag. 60
SEGNI BAROCCHI	pag. 62
"STELLE CADENTI SULLA PALUDE" A cura dell'Associazione Astronomica "Antares"	pag. 64
"ASTERIODI" A cura dell'Associazione Astronomica "Antares"	pag. 66
CONCORSO FOTOGRAFICO IMMAGINA LA NATURA Su proposta della Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato	pag. 68
FESTA DEI BOSCHI VI EDIZIONE - PARCO DI COLFIORITO Iniziativa patrocinata dalla Regione Umbria in collaborazione con il FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dall'associazione Gmp GAIA	pag. 70
GIORNATE FAI DI PRIMAVERA AL PARCO DI COLFIORITO 2021 Iniziativa promossa a livello nazionale dal FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dalla delegazione FAI di Foligno	pag. 72
LE GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING "NATURE DAY" Organizzato Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato	pag. 74
"PARCOLIAMO...sulle rotte migratorie degli abitanti della Palude" A cura della Valle Umbra Trekking F.I.E	pag. 76
"PULIAMO IL PARCO DI COLFIORITO" Organizzato dal Circolo Legambiente Foligno Valli del Topino	pag. 78

EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE – “ALLA LARGA DEI PERICOLI”	pag. 80
“BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE”	pag. 82
Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza	
“...E SE CAPITASSE ANCHE A ME...”	pag. 84
Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza	
“VA...LENTINO” – EDUCAZIONE STRADALE	pag. 86
GIORNATA FINALE DEL PROGETTO “VA...LENTINO – ALLA LARGA DAI PERICOLI”	pag. 88
“CONTROLLO DI VICINATO” - “OKKIO ALLA TRUFFE”	pag. 90
ILLUSTRAZIONE PIANO COMUNALE DI PROTEZIONE CIVILE	pag. 92

1. Premessa

Il Piano della Comunicazione del Comune detta le direttive per rendere sempre più diretto, semplice ed immediato il rapporto con i cittadini, per rilanciare la relazione con il territorio, le istituzioni locali e la comunità, implementando l'efficacia comunicativa dell'Ente nell'interesse della collettività.

Il Piano identifica ed esplicita obiettivi, strategie, azioni, tempi e costi delle attività di comunicazione e informazione, sia esterna che interna, dell'Amministrazione, coordinando al meglio risorse, strumenti e canali utilizzati.

Il Piano della Comunicazione rappresenta:

- una **leva** verso l'innovazione dell'intera organizzazione perché, oltre ad aumentare l'efficienza e l'efficacia della comunicazione, consente di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e con l'esterno;
- uno **strumento di lavoro** per gli uffici, coinvolti in maniera diretta o indiretta nell'attività di comunicazione dell'Ente, al fine di garantire una comunicazione coerente e costante, che possa far emergere un'immagine comunicativa riconducibile al Comune nel suo complesso;
- una **proposta metodologica** che rende il Piano uno strumento flessibile e dinamico, in grado di recepire le variazioni ed integrazioni sopravvenute.

La redazione del Piano della Comunicazione coinvolge tutte le Aree Organizzative che forniscono le informazioni relative all'attività comunicativa pianificata per l'anno in corso, con indicazione delle relative modalità operative.

2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

Nel corso del 2021 l'Amministrazione comunale, in materia di comunicazione, intende raggiungere sia obiettivi volti a facilitare il rapporto con i cittadini e rafforzare il dialogo diretto, sia lo sviluppo e il potenziamento di una cultura della comunicazione all'interno dell'Ente.

Gli obiettivi prioritari di COMUNICAZIONE ESTERNA puntano a:

- a. **rafforzare il rapporto/dialogo con i cittadini, rendendolo più diretto** intensificando e razionalizzando la gestione dei canali esistenti, adottandone eventualmente di nuovi;
- b. **potenziare una comunicazione sempre più digitale**, nella convinzione che la semplificazione degli scambi comunicativi aumenti l'efficienza organizzativa e riduca i costi;
- d. **rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente**, contribuendo alla definizione di un'immagine precisa, omogenea e credibile;
- e. **promuovere, far conoscere e valorizzare il territorio folignate sotto molteplici aspetti**: ambientale, architettonico, artistico, culturale, ambientale, paesaggistico ed enogastronomico, valorizzandone tutte le eccellenze.

Per quanto riguarda la COMUNICAZIONE INTERNA, la mancanza di una diffusa cultura della comunicazione all'interno dell'Ente rappresenta ancora un punto di debolezza: in alcuni casi la comunicazione viene gestita in modo non organico, quasi improvvisato, evidenziando uno scarso coordinamento interno ed esterno e una ridotta condivisione da parte di coloro che entrano in relazione con l'utente.

Il processo di partecipazione del personale interno presenta andamenti discontinui, frammentati e non sempre partecipati.

Il sistema di comunicazione istituzionale, per esistere e funzionare, non può fondarsi esclusivamente sull'attività di strutture dedicate, ma è necessario che la comunicazione divenga patrimonio culturale di tutto il Comune e che ciascun Assessorato/Area/Servizio partecipi alla sua costruzione e al suo sviluppo.

Obiettivo dell'Ente sarà, quindi, potenziare la diffusione di una cultura condivisa sulla comunicazione che porti a rafforzare i contatti interni tra servizi/Aree e a razionalizzare i linguaggi e le modalità di scrittura, rafforzando l'identità del Comune verso l'esterno.

La comunicazione interna precede quella esterna: da essa dipende non solo la correttezza e la trasparenza delle informazioni veicolate all'esterno ma la stessa qualità dei servizi messi a disposizione. L'attività di comunicazione va, infatti, considerata come parte integrante dei servizi ed elemento sostanziale per la loro realizzazione.

Inoltre, per garantire interventi mirati ed efficaci l'attività di comunicazione deve essere programmata ed avvalersi di strumenti e procedure definiti e condivisi dal personale interno all'Ente, che consentano di raggiungere il pubblico di riferimento. L'attività di comunicazione deve diventare frutto di un lavoro di rete e patrimonio culturale di ogni servizio/Area dell'Ente.

A tale proposito il Comune intende redigere delle Linee Operative che indichino criteri, forma e metodo delle azioni di comunicazioni interna, riorganizzando una rete di referenti della comunicazione, partendo dagli attuali responsabili delle redazioni decentrate del sito istituzionale. Attraverso tali Linee vengono definitivi criteri organizzativi e standard operativi omogenei riducendo quanto più possibile gli spazi di autogestione e i comportamenti non omogenei.

L'obiettivo della comunicazione interna è quello di garantire immediatezza e coerenza alla comunicazione istituzionale considerando quest'ultima come attività trasversale a tutti i servizi e leva strategica delle singole attività.

3. AZIONI E STRUMENTI

Il Comune promuove attività e servizi che garantiscano la leggibilità delle informazioni verso l'utenza e un'immagine credibile dell'Ente.

Tra i principali:

Comunicazione web - on line

Nel corso del 2021 e nel primo semestre del 2022 è previsto un intervento di restyling del sito nell'ambito del Programma Agenda Urbana del Comune e precisamente dell'obiettivo OT2 (azione 6.3.1) che prevede un sistema di interventi attraverso azioni volte a migliorare l'accesso alle Tecnologie della Informazione e Comunicazione (T.I.C.) nonché l'impiego e la qualità delle medesime.

L'attività di restyling è finalizzata alla realizzazione di un sito istituzionale conforme alle specifiche Agid e fruibile attraverso l'App multipiattaforma del Comune integrata con i contenuti e il database del portale web e con la App IO.

Il Programma Agenda Urbana prevede anche interventi che miglioreranno il rapporto tra Pubblica Amministrazione e utenti, in termini di efficienza ed efficacia dei servizi (creativity#services), non solo per diminuire gli spostamenti e ottimizzare l'impiego delle risorse, ma anche per stimolare la partecipazione della collettività alla vita sociale e all'innovazione della città. A tale proposito il Comune ha previsto l'attivazione di servizi online ai cittadini attraverso il portale istituzionale, suddivisi in varie aree tematiche e con vari livelli di interazione.

Nella considerazione che il sito istituzionale del Comune rappresenti il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini e utenti possono fare riferimento, tale spazio va implementato ed ottimizzato attraverso l'attività delle redazioni web (centrale e decentrate), assicurandone l'aggiornamento e l'adeguatezza delle informazioni, la coerenza comunicativa, l'usabilità e la navigazione dei cittadini utenti.

Ufficio stampa

La programmazione della comunicazione istituzionale a mezzo stampa e rivolta ai media ha come obiettivo lo sviluppo di positive relazioni fra gli organi di vertice dell'Amministrazione e i mass media locali, regionali e nazionali, potenziando l'immagine e l'identità del Comune.

Vengono organizzate conferenze stampa, ritenute di volta in volta opportune in base alle necessità di comunicazione, informazione e disseminazione e saranno veicolati i comunicati stampa relativi a servizi, eventi, iniziative, informazioni di pubblica utilità dell'Amministrazione.

Sportello Unico Integrato (U.R.P. Ufficio Relazioni con il Pubblico)

Lo sportello Unico Integrato intende favorire, semplificare ed estendere la comunicazione tra i cittadini e la pubblica amministrazione e si pone nel territorio come spazio di incontro tra la cittadinanza e l'Amministrazione Comunale.

APP del Comune

Sempre nell'ambito del Programma Agenda Urbana del Comune e precisamente dell'obiettivo OT2 è prevista la creazione e lo sviluppo di una nuova App per la città di Foligno, integrando i contenuti delle piattaforme creativity#services e creativity#open con i sistemi mobili, quali smartphone e tablet.

La realizzazione dell'APP per la città dovrà costituire la piattaforma di integrazione tra i servizi pubblici online ai cittadini e alle imprese e i servizi resi dalle attività commerciali e dagli operatori turistici della città.

La App offre all'Amministrazione il concreto vantaggio di ridurre i costi per comunicare i singoli servizi, concentrando l'invio di tutte le informazioni tramite un'unica applicazione, gratuita per gli utenti e scaricabile sugli store di Android e iOS, consentendo di accedere in tempo reale a tutte le informazioni relative agli uffici comunali, appuntamenti, eventi, mobilità e trasporti, attività del tempo libero, orari e informazioni, servizi, musei e iniziative culturali e altro.

Canali YouTube del Comune

Il canale YouTube di una pubblica amministrazione può essere un contesto valido per la promozione di eventi o eccellenze territoriali, ma è anche uno strumento utile per informare il cittadino su contenuti specifici o con complessità tecnica.

Il canale richiede un presidio costante e, come tutti gli altri social, è un impegno a lungo termine per non perdere la fiducia che il cittadino dovrebbe sempre avere nella qualità dei contenuti erogati dal Comune sul web.

Alla luce di questo aspetto L'Ente ha creato diversi canali **YouTube** (con relativi utenti e password):

- canale Principale (generale) foligno.comune@gmail.com
- canale Comunicazione comunicazione.foligno@gmail.com
- canale "Prima infanzia" nidi.comune.foligno@gmail.com
- canale "Biblioteche" biblioteca.foligno@gmail.com
- canale Turismo turismoeventi.foligno@gmail.com

Attraverso tali canali viene dato spazio ad approfondimenti informativi specifici ed è possibile pubblicare contenuti video anche sul sito istituzionale.

Campagne di Comunicazione

La progettazione di campagne di comunicazione nasce dall'esigenza del Comune di informare i cittadini riguardo temi complessi, di particolare impatto sulla città e i suoi abitanti e di interesse strategico complessivo. In tal caso vengono posti in essere attività e strumenti coordinati realizzati con l'obiettivo sia di comunicare attività e servizi dell'Ente sia di promuovere il territorio folignate e delle sue eccellenze.

L'uso di strumenti di diversa natura nell'ambito di una stessa campagna di comunicazione consente di ottimizzare le caratteristiche specifiche di ognuno di essi, garantendo una giusta proporzione tra contenuti da trasmettere - tempo di utilizzo degli strumenti da parte del cittadino - un adeguato rapporto costo/contatti e costi/benefici.

Social network Facebook

La pubblica amministrazione non può fare a meno di curare i social network sia per dialogare efficacemente con cittadini e media, sia per fornire informazioni di base tecnicamente valide, anche grazie all'incisività del linguaggio video.

La gestione di facebook è orientata a garantire una comunicazione efficace attraverso una grafica chiara ed uno stile sintetico, trasmettendo agli utenti sicurezza ed affidabilità del messaggio, nel rispetto della privacy.

Anche il 2021 sarà un anno di consolidamento della comunicazione social tramite il canale facebook. Il comune di Foligno è presente su Facebook con la pagina <https://www.facebook.com/comunediFoligno/>; finalità, contenuti, regole d'uso e modalità di moderazione sono definiti nella social media policy consultabile sul sito istituzionale.

Nel 2021, così come nel 2020, verranno organizzate diverse campagne di promozione/sponsorizzazione di contenuti (testuali e video) su facebook, soprattutto per veicolare con maggiore incisività le informazioni relative ad eventi ed iniziative destinate alla cittadinanza.

Integrano tali strumenti:

- l'intranet comunale e la posta elettronica;
- la realizzazione di materiale audiovisivo e video informativi;
- il servizio di segnalazione guasti;
- il servizio "Alert System" (sistema di allerta telefonica per comunicazioni di Protezione Civile).

4. VALUTAZIONE DEI RISULTATI

La misurazione dei risultati è la fase conclusiva della logica di pianificazione della comunicazione. L'assenza di analisi dei risultati vanifica la validità del piano di comunicazione, in quanto il monitoraggio e la valutazione dei risultati hanno lo scopo di verificare l'efficacia dello strumento rispetto agli obiettivi, alle singole iniziative e all'impatto complessivo sull'organizzazione.

Per valutare gli effetti delle azioni di comunicazione previste dal vengono monitorati sia indicatori quantitativi come ad es.

- per il web - internet: numero contatti, pagine più visitate;
- per lo Sportello Unico Integrato: numero di utenti che hanno avuto accesso all'Urp
- per l'attività dell'ufficio stampa: numero di conferenze stampa convocate, numero comunicati redatti;
- per i prodotti editoriali: numero e tipo di materiali prodotti per le diverse campagne di comunicazione;
- per facebook: follower, monitoraggio post e campagne di promozione/sponsorizzazione;

sia attraverso dati qualitativi relativi a

- indagini sulla soddisfazione dell'utente e sul gradimento dei servizi,
- questionari e sondaggi,
- osservazione diretta.

Ognuna di queste modalità ha caratteristiche precise e richiede un certo impegno organizzativo.

5. PROGETTI DI COMUNICAZIONE

Nell'ottica di utilizzo dei nuovi media e dell'ottimizzazione delle risorse economiche e strumentali, il comune di Foligno intende realizzare, nel 2021, i seguenti progetti inseriti nel Piano della Comunicazione:

GIORNATA DELLA TRASPARENZA 2021
"Etica, trasparenza e cittadini digitali"

1 OTTOBRE 2021 - 25° ANNIVERSARIO DELLA COSTITUZIONE DEL "CENTRO DI SELEZIONE E RECLUTAMENTO NAZIONALE DELL'ESERCITO"

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE PER L'UMBRIA 2014-2020 (P.S.R.) IL PARCO URBANO DIFFUSO - Connessioni tra la città dell'acqua e la montagna
Strategia di informazione e pubblicità

CAMPAGNA DI INFORMAZIONE SUI SERVIZI ONLINE DEL COMUNE

FOLIGNO COMUNE AMICO DELLA FAMIGLIA

AFFIDO FAMILIARE SENSIBILIZZAZIONE PER REPERIMENTO FAMIGLIE DISPONIBILI - NUOVO REGOLAMENTO AFFIDO FAMILIARE

AZIONI DI SOSTEGNO ALLA NATALITÀ E ALLA GENITORIALITÀ RESPONSABILE - PROTOCOLLO COMUNE - ASSOCIAZIONI - CONSULTORIO USL UMBRIA2

ATTIVITA' EVENTO FILM SU DANTE DI PUPI AVATI PER RIPRESE A PALAZZO TRINCI

INFO ORARI STRUTTURE MUSEALI, APERTURE STRAORDINARIE, RIMODULAZIONE ORARI POSTCOVID

SEZIONE CONTEMPORANEA MOSTRA "MADONNA DI FOLIGNO"

APERTURA MUSEO MULTIMEDIALE QUINTANA 4D A PALAZZO CANDIOTTI

MOSTRA "RAFFAELLO e LA MADONNA DI FOLIGNO. LA FORTUNA DI UN MODELLO"
Proroga

RETE DEGLI ATTRATTORI CULTURALI - ITINERARI CULTURALI E TEMATICI INTORNO AI BENI DI INTERESSE STORICO ARTISTICO DELLA CITTA'

**COMUNICAZIONE: PRESENTAZIONE RIALESTIMENTO SEZIONE ARCHEOLOGICA
PALAZZO TRINCI**

GIRO D'ITALIA 2021

NOTTE BIANCA DELLO SPORT 2021

CAMPAGNA PROMOZIONALE ESTATE

CAMPAGNA PROMOZIONALE NATALE

PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO MEDIANTE CREAZIONE DI ESPERIENZE IMMERSIVE, CONTENUTI PROMOZIONALI PER INCENTIVARE LA VISITA, CARTELLONISTICA E CREAZIONE DI EVENTI (OPERATORE ECONOMICO "KOLORADO S.A.S. DI PAOLO MARCANTONINI E C.")

POSIZIONAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTA' DI FOLIGNO E LA GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"

PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO COMUNALE DI FOLIGNO A MEZZO STAMPA (OPERATORE ECONOMICO "A. MANZONI & C. S.P.A.)

PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO VIA WEB E TRAMITE CANALI "SOCIAL MEDIA" CAMPAGNA"NATIVE ARTICLE 10 CITTA' + FORMATO VIDEO PC/TABLET" (OPERATORE ECONOMICO "CITY NEWS S.P.A.)

GIORNATE DANESCHE

Eventi da aprile a settembre

LETTURE PUBBLICHE E CONDIVISE: "FOLIGNO LEGGE IL MARE", "PER AMORE E PER GIUSTIZIA", "MONTAGNE INCANTATE", "LETTURE E RACCONTI DELLE BIBLIOTECA DI FOLIGNO"

ESTATE AL TRINCI

SEGNI BAROCCHI

"STELLE CADENTI SULLA PALUDE"

A cura dell'Associazione Astronomica "Antares"

"ASTERIODI"

A cura dell'Associazione Astronomica "Antares"

CONCORSO FOTOGRAFICO IMMAGINA LA NATURA

Su proposta della Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato

FESTA DEI BOSCHI VI EDIZIONE - PARCO DI COLFIORITO

Iniziativa patrocinata dalla Regione Umbria in collaborazione con il FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dall'associazione Gmp GAIA

GIORNATE FAI DI PRIMAVERA AL PARCO DI COLFIORITO 2021

Iniziativa promossa a livello nazionale dal FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dalla delegazione FAI di Foligno

LE GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING "NATURE DAY"

Organizzato Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato

“PARCOLIAMO...sulle rotte migratorie degli abitanti della Palude”
A cura della Valle Umbra Trekking F.I.E

“PULIAMO IL PARCO DI COLFIORITO”
Organizzato dal Circolo Legambiente Foligno Valli del Topino

EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE – “ALLA LARGA DEI PERICOLI”

“BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE”
Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza

“...E SE CAPITASSE ANCHE A ME...”
Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza

“VA...LENTINO” – EDUCAZIONE STRADALE
GIORNATA FINALE DEL PROGETTO “VA...LENTINO – ALLA LARGA DAI PERICOLI”

“CONTROLLO DI VICINATO” - “OKKIO ALLA TRUFFE”

ILLUSTRAZIONE PIANO COMUNALE DI PROTEZIONE CIVILE

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

GIORNATA DELLA TRASPARENZA 2021

“Etica, trasparenza e cittadini digitali”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Promuovere i valori della legalità, dell'etica e della trasparenza, incontrando direttamente i giovani della Città.

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Informare i giovani cittadini sull'attività istituzionale dell'Ente e far conoscere i servizi che lo stesso offre, con particolare riferimento alle informazioni contenute nel sito web comunale
- Avere dai ragazzi un feedback tempestivo ed efficace in grado di orientare le scelte di trasparenza del Comune

REFERENTI INTERNI

Gruppo di lavoro a supporto del Responsabile Anticorruzione e Trasparenza, nominato con D.G.C. 106 del 25/03/2013 e composto da dipendenti appartenenti a varie Aree

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Istituti scolastici

Dirigenti scolastici

Tutta la cittadinanza, con particolare riferimento alla popolazione giovane

CONTENUTI

1. Incontro propedeutico con i Dirigenti Scolastici per la condivisione del progetto, l'individuazione del target (classi da coinvolgere)
2. Definizione e condivisione dei contenuti e di un possibile calendario degli incontri del Responsabile con le classi, coinvolgendo anche i rappresentanti degli studenti
3. Svolgimento degli incontri negli istituti scolastici
4. Organizzazione Giornata della Trasparenza

STRUMENTI

attività/azioni

giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
esposizione materiale informativo

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: settembre - novembre 2021

Periodo di realizzazione - Giornata della Trasparenza nel mese di dicembre 2021

BUDGET

Da definire

AZIONI DI MONITORAGGIO

Numero delle classi e degli studenti coinvolti

Osservazione diretta delle presenze alla Giornata della Trasparenza

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

1 OTTOBRE 2021 - 25° ANNIVERSARIO DELLA COSTITUZIONE DEL “CENTRO DI SELEZIONE E RECLUTAMENTO NAZIONALE DELL’ESERCITO”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL’ENTE

- Riaffermare-rafforzare il legame tra la Città di Foligno ed il mondo militare visto che presso la Caserma di Gonzaga di Foligno si trova un reparto dell’esercito
- Contribuire a dare un forte impulso al turismo, viste le numerose presenze presso la Caserma di Gonzaga durante le attività concorsuali

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Cura dei rapporti tra la Città di Foligno ed il mondo militare
- Promozione di iniziative di comune interesse al fine di incrementare in maniera determinante lo sviluppo socio economico della città

REFERENTI INTERNI

Stefania Sabatini

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Caserma di Gonzaga di Foligno

CONTENUTI

Celebrazione con cerimonia solenne della cittadinanza onoraria in occasione del 25° anniversario della costituzione del “Centro di Selezione e Reclutamento Nazionale dell’Esercito”.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell’ente
invio postale ai nuclei familiari
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa

campagna stampa sui media locali (a pagamento)
brochure informative
esposizione materiale informativo
ascolto e gestione reclami

servizio comunicazione
Sportello Unico Integrato (ex U.R.P.)

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto : 31 agosto 2021 – 02 ottobre 2021

BUDGET

AZIONI DI MONITORAGGIO

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

PROGRAMMA DI SVILUPPO RURALE PER L'UMBRIA 2014-2020

PARCO URBANO DIFFUSO - Connessioni tra la città dell'acqua e la montagna

Strategia di informazione e pubblicità

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Definire una strategia di comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale che sia integrata, differenziata, rivolta a tutto il territorio, partecipata, inclusiva e attenta alle pari opportunità

Realizzare interventi informativi e pubblicitari rivolti al grande pubblico, capaci di rendere maggiormente consapevole l'intera comunità locale sulle opportunità offerte dal Programma di Sviluppo Rurale, sui risultati raggiunti nel territorio regionale e locale

Le attività realizzate e gli strumenti saranno variegati e differenziati, allo scopo di garantire la massima copertura informativa

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Sostenere il conseguimento degli obiettivi del Programma di Sviluppo Rurale con una azioni di comunicazione rivolte al pubblico in generale
- Accrescere la consapevolezza nella popolazione dell'intervento di fondi UE
- Assicurare diffusione e conoscenza del Programma di Sviluppo Rurale migliorandone la visibilità e la conoscenza ed informando dei benefici concreti e delle ricadute sulla comunità
- Assicurare trasparenza e partecipazione garantendo la più ampia accessibilità alle informazioni anche in un'ottica inclusiva e comunicando opportunità, tempistiche di realizzazione degli interventi
- Diffondere un'immagine coordinata che favorisca la facile riconoscibilità delle informazioni

REFERENTI INTERNI

Servizio Progetti Europei e Cooperazione
Servizio Comunicazione e ufficio stampa

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Tutta la cittadinanza (giovani, associazionismo, persone svantaggiate, beneficiari effettivi)
Moltiplicatori dell'informazione (mass media, scuola, partner,...)

CONTENUTI

Si intende veicolare la conoscenza degli interventi specifici del Programma di Sviluppo Rurale che insistono all'interno di un sistema di spazi aperti urbani e periurbani della città di Foligno, cercando di instaurare relazioni paesaggistiche con il contesto della "montagna folignate". Si tratta di collegamenti esistenti grazie ai quali il parco urbano diffuso consente di connettere città-campagna-montagna attraverso operazioni immateriali e azioni di promozione, comunicazione, segnaletica diffusa: la connessione è necessaria per un'azione di riqualificazione e valorizzazione complessiva tra la città dell'acqua e il contesto montano.

Le azioni di comunicazione rispondono all'esigenza di garantire una capillare diffusione delle informazioni relative al Programma di Sviluppo Rurale nei confronti dei beneficiari e dei pubblici di riferimento e la massima pubblicizzazione dei contenuti e dei risultati realizzati presso tutti i soggetti interessati, attraverso l'utilizzo di un messaggio comunicativo

- semplice, chiaro ed efficace,
- identificativo della comunicazione del Programma di Sviluppo Rurale,
- veicolato attraverso comunicazione digitale, realizzazione di strutture di segnaletica nelle varie aree interessate da interventi, lancio di campagne promozionali, informazione sui media.

STRUMENTI

attività/azioni

campagne informative e istituzionali
materiale informativo
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
social network dedicato
strutture di segnaletica

strumenti

pubblicità statica e dinamica, in formati accessibili
sedi e supporti di proprietà dell'ente
web
ufficio stampa
affidamento a soggetto esterno
affidamento a soggetto esterno

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: anni 2021-2022

Periodo di realizzazione: gennaio - dicembre 2021

BUDGET

Finanziamenti: Euro 35.000,00 per attività di informazione e sensibilizzazione; Euro 39.220,00 per realizzazione di prodotti e materiali informativi

AZIONI DI MONITORAGGIO

Rilevazioni di tipo quanti-qualitativo attraverso:

- analisi e sondaggi mediante google del numero dei visitatori della sezione del sito,
- focus group,
- indici di ascolto,
- presenze a convegni, seminari, workshop.

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

CAMPAGNA DI INFORMAZIONE SUI SERVIZI ONLINE DEL COMUNE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

1. Migliorare l'accesso alle Tecnologie dell'informazione e della Comunicazione (T.I.C.), nonché l'impiego e la qualità delle medesime
2. Progettare soluzioni tecnologiche per la realizzazione di servizi *e-government* e di soluzioni integrate per *smart cities* (*creativity#services*), prevedendo l'erogazione di nuovi servizi online ai cittadini

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Realizzazione di una campagna di informazione istituzionale volta a far conoscere alla cittadinanza i nuovi servizi online attivati dal Comune nell'ambito del Programma Agenda Urbana
2. Realizzazione di materiali e supporti informativi che consentano il libero accesso e la massima diffusione in termini di informazione

REFERENTI INTERNI

- Assessore con delega alla Comunicazione
- Dirigente dell'Area Diritti di Cittadinanza
- Servizio Comunicazione e Ufficio Stampa

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadinanza
- Media

CONTENUTI

- Promuovere la conoscenza dei servizi online attivati dal Comune, garantendo la promozione e la corretta informazione relativa agli stessi
- Contribuire allo sviluppo dell'uso delle tecnologie per un servizio più veloce, senza dispendio economico e di altre energie
- Facilitare il rapporto tra Amministrazione, cittadini ed imprese

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
web
ufficio stampa
Ufficio Relazioni con il Pubblico

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: aprile - maggio 2021

BUDGET

- Euro 1.045,54

Risorse nell'ambito del Programma Agenda Urbana del Comune (Obiettivo OT2)

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta progetto
- Visualizzazioni sul sito istituzionale e sul canale facebook

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

FOLIGNO COMUNE AMICO DELLA FAMIGLIA

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Mettere in rete i servizi, le azioni e i progetti relativi alle politiche familiari che l'Ente realizza e intende realizzare
- Acquisire la certificazione di Comune amico della famiglia presso la Provincia autonoma di Trento
- Promuovere le politiche familiari del Comune di Foligno attraverso la condivisione di obiettivi ed azioni con l'associazionismo e con i cittadini

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Avviare un percorso condiviso tra Aree ed Assessorati del Comune per la messa in rete dei servizi esistenti in tema di politiche familiari e per la costituzione del Piano
- Attivare le azioni di comunicazione che accompagnano la redazione del Piano famiglia, necessarie all'acquisizione della certificazione (sito internet, power point di presentazione, materiali di promozione)
- Creare una comunicazione centrata sulle politiche familiari attraverso i social e una sezione specifica del sito internet del Comune di Foligno che coinvolga cittadini, istituzioni, mondo dell'associazionismo

REFERENTI INTERNI

- Bartoli Silvia
- Marina Mengoni

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini
- Uslumbria2
- Comuni della Zona sociale n. 8
- Regione Umbria
- Associazioni di volontariato
- Cooperative sociali
- Scuole
- Operatori economici

CONTENUTI

L'Amministrazione Comunale intende acquisire la certificazione di "Comune amico della famiglia". Da ciò discende l'assunzione di una serie di impegni concreti per dare attuazione ai contenuti e alle finalità della rete, al fine di creare un'alleanza locale per la famiglia per realizzare e rafforzare un sistema integrato di interventi e servizi, in collaborazione e con la partecipazione diretta di tutti gli attori e gli organismi della società civile che costituiscono e rappresentano sul territorio il sistema famiglia, partendo dall'importante ruolo svolto dall'associazionismo familiare.

Le azioni derivanti dalla certificazione di "Comune amico della famiglia" sono:

- la gestione delle attività a sostegno delle famiglie, con la definizione di un Piano di interventi in materia di politiche familiari;
- la realizzazione di un processo Family Audit (Ente certificatore Provincia Autonoma di Trento) per la conciliazione dei tempi di vita, famiglia e lavoro del personale comunale;
- la costituzione di uno sportello politiche familiari che operi in diversi ambiti, quali la conoscenza della realtà familiare locale, la mappatura di tutti i servizi offerti sul territorio alle famiglie, la raccolta di documentazione sulle politiche familiari, come luogo di approfondimento, progettazione, coordinamento e monitoraggio al fine di valorizzare e sostenere la famiglia; la creazione all'interno del Sito Internet istituzionale di pagine dedicate alla famiglia, con indicazione dei servizi, attività, iniziative offerti ai residenti e agli ospiti a misura di famiglia.

STRUMENTI

attività/azioni

sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa

strumenti

web
ufficio stampa
servizio comunicazione
Sportello Unico Integrato (ex U.R.P.)

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un anno e mezzo

Periodo di realizzazione : luglio 2021/dicembre 2022

BUDGET

Euro 24.000,00 per sviluppare il Piano di azioni sulle politiche familiari ad opera della Cooperativa sociale PerLaFamiglia a cui il servizio è affidato

AZIONI DI MONITORAGGIO

Utilizzo dati statistici, focus group

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

AFFIDO FAMILIARE SENSIBILIZZAZIONE PER REPERIMENTO FAMIGLIE DISPONIBILI - NUOVO REGOLAMENTO AFFIDO FAMILIARE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Implementare le buone pratiche di sostegno e protezione della famiglia e dei minorenni
- Promuovere servizi innovativi e più rispondenti ai bisogni delle persone più fragili
- Stimolare la cittadinanza attiva

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Far conoscere alla cittadinanza l'esperienza dell'affido familiare e le opportunità del nuovo regolamento dell'affido familiare
- Stimolare nuove sensibilità all'esperienza dell'affido
- Raggiungere cittadini e associazioni

REFERENTI INTERNI

- Equipe affido familiare del comune di Foligno
- Servizi sociali della zona sociale n.8

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Associazioni asostegno della genitorialità usl umbria 2
- Associazione nazionale albero della vita onlus che si occupa di affido familiare-
- Le famiglie affidatarie

CONTENUTI

Sensibilizzare alle necessità dei bambini che vivono esperienze sfavorevoli nella crescita - problematiche della genitorialità - accoglienza familiare come esperienza riparativa ai traumi dell'infanzia città di foligno come una realtà accogliente che ha le risorse per aiutare i più fragili.

STRUMENTI

attività/azioni

Incontri informativi e formativi
Presentazione di un libro sull'affido familiare

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: fino al 31.12.2021
Periodo di realizzazione: settembre- dicembre

BUDGET

Risorse interne dell'Ente

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Numero persone che parteciperanno all'evento
- Numero contatti raggiunti attraverso mail e altri canali social del Comune

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

AZIONI DI SOSTEGNO ALLA NATALITÀ E ALLA GENITORIALITÀ RESPONSABILE - PROTOCOLLO COMUNE - ASSOCIAZIONI - CONSULTORIO USL UMBRIA2

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Realizzare interventi integrati e di rete per incrementare l'efficacia e efficienza
- Stimolare i cittadini su tematiche specifiche
- Incrementare la comunicazione verso la cittadinanza

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Dare un'informazione il più completa possibile sui servizi presenti nella città...a favore della famiglia e della natalità
- Orientare le domande del cittadino
- Mettere in rete i servizi

REFERENTI INTERNI

- Area Diritti di Cittadinanza
- As. Soc. Cristina Faraghini

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Associazioni firmatarie del protocollo per la genitorialità
- Consultorio familiare usl umbria2
- Studio grafico

CONTENUTI

- Presentare al cittadino in forma integrata i Servizi - gli interventi e le opportunità presenti nella città a sostegno della famiglia e della natalità con l'indicazione dei luoghi e dei contatti per un accesso facilitato
- Normative a favore della genitorialità
- Percorsi di presa in carico per il superamento di problematiche specifiche

STRUMENTI

attività/azioni

sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

web
ufficio stampa
Sportello Unico Integrato (ex U.R.P.)

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: fino al 31.12.2021
Periodo di realizzazione: settembre - dicembre

BUDGET

Euro 1.000/00

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Numero di brochure distribuite
- Numero di contatti raggiunti attraverso mail e altri canali social del Comune

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ATTIVITA' EVENTO FILM SU DANTE DI PUPI AVATI PER RIPRESE A PALAZZO TRINCI

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: estate 2021

Periodo di realizzazione: 28 giugno – 1 luglio 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

INFO ORARI STRUTTURE MUSEALI , APERTURE STRAORDINARIE, RIMODULAZIONE ORARI POSTCOVID

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 1 anno
Periodo di realizzazione: anno 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

SEZIONE CONTEMPORANEA MOSTRA "MADONNA DI FOLIGNO"

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: fino al 24 ottobre 2021
Periodo di realizzazione: fino al 24 ottobre 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

APERTURA MUSEO MULTIMEDIALE QUINTANA 4D A PALAZZO CANDIOTTI

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: due mesi

Periodo di realizzazione: novembre-dicembre 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

MOSTRA “RAFFAELLO e LA MADONNA DI FOLIGNO. LA FORTUNA DI UN MODELLO”

Proroga

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: dal 01/01/2021 al 24/10/2021

Periodo di realizzazione: come indicato

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

RETE DEGLI ATTRATTORI CULTURALI- ITINERARI CULTURALI E TEMATICI INTORNO AI BENI DI INTERESSE STORICO ARTISTICO DELLA CITTA'

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: due mesi
Periodo di realizzazione: novembre - dicembre 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

COMUNICAZIONE: PRESENTAZIONE RIALESTIMENTO SEZIONE ARCHEOLOGICA PALAZZO TRINCI

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Roberto Silvestri

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: due mesi
Periodo di realizzazione: novembre - dicembre 2021

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

GIRO D'ITALIA 2021

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giovanni Teti
Componenti Comitato di Tappa

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 1 mese
Periodo di realizzazione: maggio 2021

BUDGET

Come da atti di impegno già assunti

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

NOTTE BIANCA DELLO SPORT 2021

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Promuovere il mondo sportivo folignate e le sue realtà (Asd/Ssd)
- Consolidare un appuntamento che si intende realizzare annualmente
- Creare un momento di socialità e convivialità per tutta la cittadinanza

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Veicolare la varietà ed i soggetti protagonisti dello sport a Foligno (Asd/Ssd)
- Comunicare la centralità dello sport e la vicinanza dell'istituzione locale ai temi sportivi
- Coinvolgere la popolazione (specie i più giovani) in un momento collettivo in cui possano riconoscersi

REFERENTI INTERNI

Servizio Sport (Giovanni Teti, Amedeo Gubbini, Alberto Sterlini)

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Asd/Ssd del territorio, enti di promozione sportiva, federazioni sportive, Comitato regionale CONI
Eventuali sportivi di rilievo

CONTENUTI

Il tema centrale dell'iniziativa è lo sport e tutti i valori di cui questo è portatore: coesione, spirito di gruppo e di squadra, solidarietà, sano agonismo, salute, benessere, correttezza, rispetto.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
campagna stampa sui media locali (a pagamento)

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

In parallelo ed accessoriamente s'intende realizzare, ove le tempistiche lo consentano, un catalogo delle Asd/Ssd in formato cartaceo e web che consenta la promozione di queste e permetta a famiglie e

ragazzi di disporre di un facile strumento per orientarsi nella scelta ed inizio di una attività sportiva. Il catalogo dovrebbe essere presentato, ove possibile, nel corso della Notte Bianca dello Sport.

Si reputa opportuna una campagna stampa sui media locali ove il servizio comunicazione disponesse di sufficienti risorse.

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: da agosto 2021 al 02 ottobre 2021

Periodo di realizzazione: 02 ottobre 2021 (data individuata per lo svolgimento della Notte Bianca dello Sport)

BUDGET

Euro 13.000 € circa (comprensivi delle risorse per la realizzazione del catalogo delle Asd/Ssd)

AZIONI DI MONITORAGGIO

Rilevamento Asd/Sdd partecipanti

Rilevamento presenze della cittadinanza

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

CAMPAGNA PROMOZIONALE ESTATE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: tre mesi
Periodo di realizzazione: estate 2021

BUDGET

Come da impegni già assunti a bilancio

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

CAMPAGNA PROMOZIONALE NATALE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un mese

Periodo di realizzazione: dicembre 2021

BUDGET

Euro: da definire

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO MEDIANTE CREAZIONE DI ESPERIENZE IMMERSIVE, CONTENUTI PROMOZIONALI PER INCENTIVARE LA VISITA, CARTELLONISTICA E CREAZIONE DI EVENTI (OPERATORE ECONOMICO " KOLORADO S.A.S. DI PAOLO MARCANTONINI E C.")

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 12 mesi
Periodo di avvio: entro 31/12/2021

BUDGET

Euro: come da impegni già assunti

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

POSIZIONAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E LA GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: gara in corso
Periodo di realizzazione: entro 31/12/2021

BUDGET

Euro: da definire

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

**PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO COMUNALE DI FOLIGNO A MEZZO STAMPA
(OPERATORE ECONOMICO "A. MANZONI & C. S.P.A.)**

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un mese
Periodo di realizzazione: agosto-settembre 2021

BUDGET

Euro: come da impegni assunti a bilancio

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

PROMOZIONE TURISTICA DI FOLIGNO E TERRITORIO VIA WEB E TRAMITE CANALI “SOCIAL MEDIA” CAMPAGNA “NATIVE ARTICLE 10 CITTA’ + FORMATO VIDEO PC/TABLET” (OPERATORE ECONOMICO “CITY NEWS S.P.A.”)

OBIETTIVI STRATEGICI DELL’ENTE

Curare e rafforzare l’identità e l’immagine dell’Ente

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

Curare e rafforzare l’identità e l’immagine dell’Ente

REFERENTI INTERNI

Giuliano Pergolesi e Annalisa Mirabile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini, altre istituzioni, operatori economici, media, enti e associazioni, organizzazioni del terzo settore, scuola e università, associazioni imprenditoriali

CONTENUTI

Curare e rafforzare l’identità e l’immagine dell’Ente

STRUMENTI

attività/azioni
comunicati stampa

strumenti
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un mese
Periodo di realizzazione: dicembre 2021

BUDGET

Euro: come da impegni assunti a bilancio

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

GIORNATE DANTESCHE

Eventi da aprile a settembre

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Celebrare l'editio princeps delle Divina Commedia come da Statuto comunale
- Diffondere la conoscenza di Foligno come città dantesca

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Diffondere la conoscenza di Foligno come città dantesca
- Diffondere la conoscenza della Divina Commedia
- Promuovere l'immagine di Foligno verso i cittadini e verso il pubblico esterno alla città

REFERENTI INTERNI

Servizio Biblioteca
Assessorato alla Cultura
Comitato dantesco

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini in generale
Studiosi di temi danteschi
Studiosi dell'arte della stampa e della sua storia
Studenti delle scuole del territorio
Associazioni e club di servizio

CONTENUTI

- Foligno come città dantesca, Foligno come città legata alla stampa e al libro
- Rafforzamento di connessioni tra istituzioni, scuole, associazioni, per diffondere sempre in modo più capillare questa consapevolezza, oltre all'amore per la Divina Commedia e per l'opera di Dante
- Promuovere l'immagine di Foligno verso i cittadini e verso il pubblico esterno alla città

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio dépliant informativo
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 6 mesi

Periodo di realizzazione: aprile - settembre 2021

BUDGET

Euro 50.000

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di prenotati agli eventi
- Numero di collegamenti agli eventi in streaming

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

LETTURE PUBBLICHE E CONDIVISE: “FOLIGNO LEGGE IL MARE”, “PER AMORE E PER GIUSTIZIA”, “MONTAGNE INCANTATE”, “LETTURE E RACCONTI DELLE BIBLIOTECA DI FOLIGNO”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Promuovere la passione per la lettura
- Organizzare eventi di lettura condivisa e partecipata, in cui ognuno sia lettore e ascoltatore
- Sensibilizzare gli studenti delle scuole sui temi della lettura
- Promuovere la lettura ad alta voce

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la passione per la lettura
- Raggiungere attraverso le iniziative il numero maggiore possibile di persone (a seconda delle iniziative, gruppi di utenti della Biblioteca, studenti delle scuole delle differenti classi di età; cittadini comuni)

REFERENTI INTERNI

- Assessorato alla Cultura
- Biblioteca comunale
- Dirigenti scolastici
- Studenti
- Utenti della Biblioteca

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini in generale
- Studenti
- Utenti della Biblioteca
- Amanti della lettura e del leggere ad alta voce
- Editori per avere le liberatorie alla lettura in pubblico
- Dirigenti scolastici

CONTENUTI

Amore per la lettura, e attraverso la lettura, sensibilizzazione sui diversi temi dei cicli di lettura: la giustizia e la lotta alla criminalità, amore per la natura, passione per lo sport e per l'impegno degli sportivi etc

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto e periodo di realizzazione: aprile 2021 – agosto 2021

BUDGET

Euro -----

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di prenotati agli eventi
- Numero di collegamenti agli eventi in streaming

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ESTATE AL TRINCI

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Creare un cartellone estivo di cultura, arte e spettacolo
- Aiutare le associazioni o singoli artisti a realizzare proposte artistiche, mettendo a disposizione gratuitamente spazi e servizi
- Permettere un rilancio delle attività culturali dopo la pandemia
- Aumentare l'offerta di intrattenimento e cultura per i cittadini e turisti durante l'estate

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Raggiungere il numero maggiore possibile di persone che possano partecipare agli eventi
- Promuovere l'immagine della città presso cittadini e turisti
- Aumentare il numero di visitatori da altre città

REFERENTI INTERNI

- Assessorato alla cultura
- Servizio Eventi culturali
- Servizio Biblioteca
- Associazioni
- Artisti
- Gestore degli spazi di palazzo Trinci

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Associazioni
- Altri promotori degli eventi ospitati

CONTENUTI

I contenuti vari delle iniziative offrono musica, arte, spettacolo, letteratura etc; creare un'offerta di spettacoli gratuiti per il pubblico e allo stesso tempo offrire uno spazio espressivo agli artisti. Promuovere l'immagine della città presso cittadini e turisti.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 4 mesi

Periodo di realizzazione: giugno – settembre 2021

BUDGET

Euro: come da provvedimenti di impegno assunti a carico del bilancio dell'ente

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di prenotati agli eventi

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

SEGANI BAROCCHI

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Celebrare il Barocco in tutte le sue forme culturali, ad integrazione della Giostra della Quintana e delle attività realizzate dall'Ente Giostra
- Diffondere la conoscenza di Foligno come città barocca
- Promuovere l'immagine della città a scopo culturale e turistico

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Diffondere la conoscenza di Foligno come città barocca, tra i cittadini e all'esterno
- Raggiungere il maggior numero di persone possibili interessate al tema
- Raggiungere gli specialisti e gli storici del barocco
- Promuovere la partecipazione agli eventi organizzati

REFERENTI INTERNI

- Assessorato alla cultura
- Servizio Eventi culturali
- Servizio Biblioteca
- Direzione artistica
- Collaboratori esterni per organizzazione
- Gestori degli spazi comunali

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Specialisti e gli storici del barocco
- Cittadini in generale
- Ente Giostra e referenti dei Rioni
- Artisti

CONTENUTI

Foligno come città barocca, diffusione della storia e costume del Seicento; promozione della Giostra della Quintana e delle tradizioni artistiche e culturali ad essa legata; promozione dell'immagine della città in Italia e all'estero, a scopo turistico e culturale

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 4 mesi

Periodo di realizzazione: 2-8 settembre 2021

BUDGET

Euro 80.000

AZIONI DI MONITORAGGIO

Osservazione diretta del progetto

Numero di partecipanti agli eventi

Riscontro tramite studiosi e artisti partecipanti

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“STELLE CADENTI SULLA PALUDE”

A cura dell'Associazione Astronomica “Antares”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito astronomico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per i turisti

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la conoscenza del territorio montano del Parco di Colfiorito nel rispetto dell'ambiente naturale
- Promuovere una fruizione del territorio del parco in orario non consueto
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi

REFERENTI INTERNI

- Personale servizio Parco di Colfiorito
- Servizio comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti
Forze dell'ordine
Associazione culturale
Media

CONTENUTI

Conversazione sul fenomeno delle stelle cadenti e osservazione e lettura del cielo estivo presso la Palude di Colfiorito.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 10 agosto 2021

Periodo di realizzazione: dalle ore 21 a mezzanotte

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“ASTEROIDI”

A cura dell'Associazione Astronomica “Antares”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito astronomico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per i turisti

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la conoscenza del territorio montano del Parco di Colfiorito nel rispetto dell'ambiente naturale
- Promuovere una fruizione del territorio del parco in orario non consueto
- Valorizzare le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi

REFERENTI INTERNI

- Personale servizio Parco di Colfiorito
- Servizio comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti
Forze dell'ordine
Associazione culturale
Media

CONTENUTI

Conferenza sulla esplorazione degli asteroidi, illustrazione notturna delle costellazioni estive presso la Palude di Colfiorito

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 2 luglio 2021

Periodo di realizzazione: dalle ore 21 a mezzanotte

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

CONCORSO FOTOGRAFICO IMMAGINA LA NATURA

Su proposta della Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale,
- Rappresentare la natura del territorio di Foligno
- Promuovere una fruizione del territorio ispirato all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la conoscenza dell'ambiente e della natura nel territorio di Foligno
- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali
- Valorizzare le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di attività da loro promosse

REFERENTI INTERNI

- Dirigente dell'Area
- Personale del servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Fotografi amatoriali e professionisti

Ragazzi sotto i 16 anni

Cittadini e turisti

Associazioni del settore

Media

CONTENUTI

Il primo concorso di fotografia naturalistica e naturalistica/architettonica rivolto alla rappresentazione della natura nel territorio di Foligno

STRUMENTI

attività/azioni

bando di concorso
realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale inofrmativo
preselezione delle immagini
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web

ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 2021

Periodo di realizzazione: maggio-dicembre 2021

BUDGET

Euro 1.000,00

AZIONI DI MONITORAGGIO

Numero di partecipanti al concorso

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

FESTA DEI BOSCHI VI EDIZIONE - PARCO DI COLFIORITO

Iniziativa patrocinata dalla Regione Umbria in collaborazione con il FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dall'associazione Gmp GAIA

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Adesione ad una iniziativa ambientale e culturale promossa a carattere regionale
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale,
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito naturalistico
- Diffondere il progetto Nati per Leggere destinato ai bambini 0-6 anni
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la conoscenza dell'ambiente e della natura del Parco di Colfiorito focalizzando l'attenzione sui molteplici aspetti che lo caratterizzano: natura, archeologia e storia
- Promuovere la conoscenza dei Musei del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

REFERENTI INTERNI

Personale del servizio Parco di Colfiorito
Servizio Comunicazione
Personale CoopCulture
Biblioteca comunale

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti
Famiglie con bambini
Appassionati naturalisti
Volontari "Nati per Leggere"
Associazioni coinvolte
Media

CONTENUTI

Proposte culturali volte a sottolineare il valore dei boschi, un'occasione per avvicinarsi alla natura accompagnati da esperti ornitologi e conoscitori di orchidee selvatiche e visitare i musei del territorio. Attività di lettura attraverso il progetto "Nati per leggere", importante esperienza per lo sviluppo cognitivo dei bambini e per lo sviluppo delle capacità dei genitori di crescere con i loro figli. Promuovere una fruizione del territorio ispirato all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale informativo
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web

ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Domenica 23 maggio 2021

Periodo di realizzazione: dalle ore 9.00 alle ore 18.00

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

GIORNATE FAI DI PRIMAVERA AL PARCO DI COLFIORITO 2021

Iniziativa promossa a livello nazionale dal FAI Fondo Ambiente Italiano e organizzata dalla delegazione FAI di Foligno

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Adesione ad una iniziativa ambientale e culturale promossa a carattere nazionale
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito naturalistico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la cultura del rispetto della natura, dell'arte, della storia e delle tradizioni
- Valorizzare l'identità culturale
- Promuovere una fruizione del territorio ispirato all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

REFERENTI INTERNI

Personale del servizio Parco di Colfiorito
Servizio Comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti, famiglie con bambini, associazioni coinvolte, media

CONTENUTI

Trekking naturalistico: Primavera in Palude, percorso alla scoperta della flora e della fauna del parco. Un evento culturale volto a sottolineare il patrimonio naturalistico del territorio

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale informativo
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web

ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: due giorni (12 e 13 giugno 2021)

Periodo di realizzazione: dalle ore 10.00 alle ore 18.00

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

LE GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING “NATURE DAY”

Organizzato Lipu OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Adesione ad una iniziativa ambientale promossa a carattere europeo
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini e turisti verso il Parco di Colfiorito

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la conoscenza dell'ambiente e della natura del Parco di Colfiorito focalizzando l'attenzione sul riconoscimento delle varie specie di uccelli
- Promuovere una fruizione del territorio ispirato all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di attività da loro promosse

REFERENTI INTERNI

- Personale del servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti
Fotografi naturalisti
Birdwatchers
Soci LIPU
Media

CONTENUTI

Due giornate dedicate all'osservazione naturalistica degli uccelli e alla raccolta dati per il censimento europeo degli uccelli selvatici presso il Parco di Colfiorito

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
due giornate dedicate al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale informativo
comunicati stampa

strumenti

organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: due giorni (sabato 2 e domenica 3 ottobre 2021)

Periodo di realizzazione: dalle ore 9.00 alle ore 12.00

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“PARCOLIAMO...sulle rotte migratorie degli abitanti della Palude”

A cura della Valle Umbra Trekking F.I.E.

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito naturalistico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti, escursionisti e amanti della natura verso il Parco di Colfiorito

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la cultura del rispetto della natura e dello sport sano e consapevole
- Far conoscere le pratiche di monitoraggio faunistico e l'importanza che rivestono in ambito scientifico
- Promuovere una fruizione del territorio ispirato all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

REFERENTI INTERNI

Personale del servizio Parco di Colfiorito
Servizio Comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti
Escursionisti e appassionati naturalisti
Associazioni coinvolte
Media

CONTENUTI

Escursione intorno alla Palude di Colfiorito e attività di inanellamento a scopo scientifico realizzata dalla Regione Umbria

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale informativo
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web
ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un giorno (domenica 22 agosto 2021)
Periodo di realizzazione: dalle ore 7.30 alle ore 12.30

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Riscontro delle richieste di prenotazione su evento a numero chiuso
- Valutazioni dei partecipanti all'evento

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“PULIAMO IL PARCO DI COLFIORITO”

Organizzato dal Circolo Legambiente Foligno Valli del Topino

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Proposta di grande valore educativo per la cittadinanza attiva
- Sensibilizzare la coscienza dei cittadini al rispetto ambientale e all'importanza della differenziazione dei rifiuti;
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale
- Diffondere la conoscenza del Parco di Colfiorito come zona umida di importanza internazionale

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la cultura del rispetto della natura e dell'ambiente attraverso un'attività di pulizia dei percorsi turistici del Parco
- Coinvolgere i partecipanti in un'attività fisica che fa bene all'ambiente
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

REFERENTI INTERNI

Personale del servizio Parco di Colfiorito
Servizio Comunicazione

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini
Volontari
Associazioni coinvolte
Media

CONTENUTI

Una passeggiata ecologica finalizzata alla pulizia dei sentieri del Parco di Colfiorito e alla sensibilizzazione in materia ambientale dei cittadini

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
esposizione materiale informativo
comunicati stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
organizzazione di un evento
web

ufficio stampa
servizio comunicazione

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: un giorno (domenica 9 maggio 2021)

Periodo di realizzazione: dalle ore 9.00 alle ore 13.00

BUDGET

Euro 0

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Partecipazione all'evento dei cittadini e dei volontari
- Pulizia finale dei luoghi

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE – “ALLA LARGA DEI PERICOLI”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

1. Trasmettere e creare nella popolazione una cultura di Protezione Civile partendo dai bambini, futuro della società e base portante
2. Miglioramento dell'efficienza dei servizi offerti ai cittadini al verificarsi di situazioni di emergenza

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Estendere nell'ambito scolastico la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio ed in casa
2. Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica dei concetti di previsione e prevenzione
3. Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile
4. Sviluppare le capacità opportune per consentire ai bambini e al corpo insegnanti di affrontare in maniera tempestiva ed adeguata le diverse situazioni di pericolosità

REFERENTI INTERNI

- Geom. Balducci Maurizio
- Dott. Angeloni Daniele

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Scuole elementari IV classi del Comune di Foligno e Gruppi Volontariato di Protezione Civile

CONTENUTI

Il progetto “Alla larga dai pericoli”, realizzato in collaborazione con le Associazioni di Volontariato, è stato proposto a tutti i circoli per coinvolgere le classi IV delle scuole primarie. Durante gli incontri (2 per ogni singola classe) sono state affrontate le tematiche relative alla Protezione Civile ed al funzionamento delle strutture operative, alla conoscenza dei rischi del territorio ed alla condotta da tenere in caso di emergenza, fornendo modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente. Si è inoltre affrontata la tematica dei rischi domestici e dei comportamenti atti a ridurre il verificarsi di situazioni di pericolo in casa

STRUMENTI

attività/azioni

giornata dedicata al tema
comunicati stampa, conferenze stampa
n. 2 incontri presso le classi V elementari
consegna materiale didattico cartaceo
evento conclusivo

strumenti

organizzazione di un evento
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 9 mesi
Periodo di realizzazione: a.s. 2021-22

BUDGET

Come da previsione PEG

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Quiz finale
- Esercizi da fare a casa

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE”

Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

1. Mediante l'utilizzo del sito web istituzionale, trasmettere e creare, nella popolazione una cultura di Protezione Civile , un comportamento corretto è fondamentale per la prevenzione dei rischi
2. Aumento di resilienza nella popolazione

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Estendere nella popolazione la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio
2. Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica dei concetti di previsione e prevenzione
3. Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile
4. Condivisione del Piano comunale di Protezione Civile

REFERENTI INTERNI

- Geom. Balducci Maurizio
- Dott. Angeloni Daniele

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Anci Umbria Prociv.

CONTENUTI

Il progetto fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile, di cui all'art. 16 del Codice della Protezione Civile, che insistono sul territorio del Comune di Foligno.

Si parte da una breve descrizione del sistema protezione civile per poi analizzare con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale. Nella scheda sono anche dettagliati i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale (art. 2 Codice della P. C.).

STRUMENTI

attività/azioni
sezione del portale istituzionale dedicata

strumenti
web

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: annuale
Periodo di realizzazione: 2021

BUDGET

Come da previsione PEG.

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“...E SE CAPITASSE ANCHE A ME...”

Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

1. Mediante la distribuzione di brochure, trasmettere e creare nella popolazione una cultura di Protezione Civile, un comportamento corretto è fondamentale per la prevenzione dei rischi
2. Aumento di resilienza nella popolazione

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Estendere nella popolazione la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio
2. Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica dei concetti di previsione e prevenzione
3. Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile
4. Condivisione del Piano comunale di Protezione Civile

REFERENTI INTERNI

- Geom. Balducci Maurizio
- Dott. Angeloni Daniele

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Associazioni di volontariato facenti parte la Consulta Comunale delle Associazioni di Protezione Civile
- Anci Umbria Prociv

CONTENUTI

Il progetto fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile, di cui all'art. 16 del Codice della Protezione Civile, che insistono sul territorio del Comune di Foligno.

Si parte da una breve descrizione del sistema protezione civile per poi analizzare con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale. Nella scheda sono anche dettagliati i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale (art. 2 Codice della P. C.).

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
consegna materiale da parte dei volontari

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: annuale

Periodo di realizzazione: 2021

BUDGET

Come da previsione PEG

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“VA...LENTINO” – EDUCAZIONE STRADALE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Diffusione del rispetto per le regole della circolazione e di tutte le norme di comportamento necessarie per la sicurezza dei ragazzi che circolano nelle nostre strade

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Estendere nei ragazzi la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sulla strada
2. Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto delle norme di comportamento
3. Focus sulla circolazione come pedoni e come conducenti di velocipedi
4. Responsabilizzare il bambino nei confronti delle norme che regolano la vita sociale, affinché assuma gradualmente atteggiamenti corretti
5. Sviluppare il rispetto dei diritti degli altri, la tolleranza del diverso da sé, una maggiore considerazione verso i membri più deboli della società
6. Riconoscere le figure istituzionali che tutelano lo svolgersi ordinato delle attività umane
7. Promuovere una vera interazione fra alunno e ambiente e fra scuola e famiglia
8. Costruire percorsi interdisciplinari

REFERENTI INTERNI

Team leader Dott. Angeloni Daniele e altro personale dell'Area da individuare

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Classi V della scuole primarie del comune che vorranno aderire al progetto

CONTENUTI

Il progetto parte dall'osservazione della realtà, dalle esperienze e dalla valorizzazione delle conoscenze acquisite dal bambino e si serve delle opportunità offerte dal territorio per giungere alla consapevolezza che in tutti gli ambienti, anche se diversi per caratteristiche fisiche e biologiche, vigono normative e mezzi di segnalazione universalmente riconosciuti e rispettati.

I percorsi formativi proposti partono dagli interessi degli alunni, per far sì che si rendano conto “in loco” che le norme non sono imposizioni astratte, ma necessità concrete. Conoscenze sul codice della strada esaminandone gli articoli che riguardano la circolazione dei pedoni e dei velocipedi.

STRUMENTI

attività/azioni

giornata dedicata al tema
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure didattiche
n. 3 incontri presso le classi V elementari
consegna materiale cartaceo
evento conclusivo

strumenti

ufficio stampa
organizzazione di un evento

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 9 mesi
Periodo di realizzazione: a.s. 2021-2022

BUDGET

Come da previsione PEG

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Quiz finale
- Esercizi da fare a casa
- Consegna patente del pedone e del ciclista

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

GIORNATA FINALE DEL PROGETTO “VA...LENTINO – ALLA LARGA DAI PERICOLI”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL’ENTE

Consolidare e aumentare sinergia tra il Comune di Foligno e la caserma Esercito Italiano Gen. Gonzaga del Vodige

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Completamento percorso di legalità con l'incontro tra i ragazzi, le forze di polizia, le strutture operative di protezione civile e le istituzioni
2. Diffusione del concetto di rispetto delle regole e dell'educazione civica
3. Focus sulla circolazione come pedoni e come conducenti di velocipedi

REFERENTI INTERNI

Dott. Angeloni Daniele - Servizio Protezione Civile
Geom. Balducci Maurizio- Servizio Protezione Civile
Ulteriore personale Area Polizia Municipale da individuare

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Forze di Polizia
- Esercito
- Strutture operative protezione civile
- Associazioni di Volontariato di Protezione Civile
- VV.FF.
- Ulteriori enti istituzionali aderenti

CONTENUTI

Visita guidata della caserma Gen. Gonzaga del Vodige con la presenza di varie postazioni dove i ragazzi si potranno confrontare con le forze di polizia e le strutture operativa di protezione civile.

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
invio depliant informativo
giornata dedicata al tema
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure didattiche
consegna materiale cartaceo

strumenti

organizzazione di un evento
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 1 giorno

Periodo di realizzazione: maggio - giugno

BUDGET

Come da previsione PEG

AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

“CONTROLLO DI VICINATO” - “OKKIO ALLA TRUFFE”

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Aumento della percezione di sicurezza nella popolazione
- Favorire la coesione sociale

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Sensibilizzare la popolazione, soprattutto le fasce deboli quali gli anziani, sulle varie truffe e sui furti presso le abitazioni
2. Promuovere la sicurezza urbana attraverso la solidarietà tra i cittadini, allo scopo di ridurre il verificarsi di reati contro la proprietà e le persone
3. Accrescere la consapevolezza dei cittadini sulle problematiche del territorio e il livello di protezione dei propri beni con piccole cautele e misure di difesa passiva

REFERENTI INTERNI

Comandante Area Polizia Municipale

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Carabinieri

CONTENUTI

Consiste nella creazione di gruppi di cittadini che in moto attivò effettuano segnalazioni qualificate alle forze di polizia. Il progetto viene presentato con incontri sul territorio.

Nel corso degli incontri vengono anche spiegate le principali truffe che coinvolgono la popolazione con particolare riferimento alle fasce deboli

Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto l'intenzione di creare anche una sezione dedicata all'interno del portale dell'ente in modo tale da combatterle nei modi più efficaci

STRUMENTI

attività/azioni

realizzazione locandine pubblicitarie
giornata dedicata al tema
sezione del portale istituzionale dedicata
comunicati stampa, conferenze stampa
brochure informative
ascolto e gestione reclami

strumenti

consegna materiale
web
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: pluriennale
Periodo di realizzazione: 2021-2022

BUDGET

Come da previsione PEG

AZIONI DI MONITORAGGIO

- Numero segnalazioni pervenute
- Numero di gruppi creati

PROGETTO DI COMUNICAZIONE

ILLUSTRAZIONE PIANO COMUNALE DI PROTEZIONE CIVILE

OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Massima condivisione dello strumento di pianificazione dell'emergenza
- Ottimizzazione gestione delle emergenze

OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

1. Illustrare a più soggetti possibili il piano Comunale di Protezione Civile
2. Sensibilizzazione della popolazione
3. Rendere i cittadini di Foligno resilienti
4. Aggiornare il piano stesso raccogliendo spunti durante gli incontri

REFERENTI INTERNI

- Geom. Balducci Maurizio - Servizio Protezione Civile
- Dott. Angeloni Daniele - Servizio Protezione Civile

REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Anci Umbria Prociv
- Associazioni di Volontariato
- Associazioni di categoria

CONTENUTI

Il progetto prevede l'illustrazione del Piano comunale di Protezione Civile attraverso incontri sul territorio.

Gli incontri sono organizzati anche all'interno dei corsi di formazione dei volontari di protezione civile dove chiaramente sarà utilizzato un taglio più tecnico.

E' prevista sia l'illustrazione frontale con proiezione di slide, sia un dibattito finale importante anche per carpire informazioni del territorio fondamentali per l'aggiornamento del Piano.

STRUMENTI

attività/azioni

giornata dedicata al tema
comunicati stampa, conferenze stampa

strumenti

sedi e supporti di proprietà dell'ente
ufficio stampa

TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: annuale

Periodo di realizzazione: 2021

BUDGET

Come da previsione PEG.

AZIONI DI MONITORAGGIO

Dibattito finale