

Piano di comunicazione 2022

Indice	Pagina 2
1. Premessa	Pagina 3
2. Struttura di comunicazione	Pagina 5
3. Gli strumenti	Pagina 6
4. Obiettivi strategici di comunicazione	Pagina 8
4.1 Percorso partecipato piano operativo	Pagina 8
4.2 I canali social dell'ente: razionalizzazione e pianificazione	Pagina 9
4.3 Montelupo Social Reporter	Pagina 10
4.4 Revisione del sistema di gestione dei reclami	Pagina 11
4.5 Promozione turistica	Pagina 12
4.6 Revisione del percorso Museo della ceramica e produzione del materiale informativo	Pagina 13
4.7 Iniziative di animazione del centro cittadino e del Parco dell'Ambrogiana	Pagina 14
4.8 Valorizzazione del contratto di fiume	Pagina 15
4.9 Corridoi di pace	Pagina 16
5 Attività di comunicazione degli uffici	pagina 17

1. Premessa

“I cambiamenti epocali nell’ecosistema dell’informazione hanno spinto i governi a ripensare le proprie modalità di produzione, condivisione e utilizzo dell’informazione”, una trasformazione avvenuta “parallelamente a una serie di crisi internazionali che hanno minato le finanze e la salute dei cittadini, con conseguenze dirette sulla fiducia nella capacità dello Stato di proteggerli e assicurare loro il necessario benessere”.

Si apre così il [primo rapporto dell’OCSE sulla comunicazione pubblica: il contesto globale e la via da seguire](#).

Il Rapporto individua alcune sfide cruciali: dalla ridefinizione del ruolo della comunicazione pubblica in un contesto mediatico in evoluzione, alla necessità di strategie e metodi basati su dati ed evidenze; dall’importanza della valutazione, alle sfide derivanti dall’evoluzione digitale e dalla disinformazione, fino al contributo che la comunicazione pubblica può dare per migliorare i servizi e le politiche pubbliche e per rafforzare i principi di trasparenza, integrità, accountability e partecipazione propri del governo aperto.

Una sfida che naturalmente investe la programmazione strategica ad alti livelli, ma che ha un impatto importante anche sulla pianificazione della comunicazione di ciascun singolo ente.

Il Piano di Comunicazione definisce gli obiettivi di comunicazione dell’ente in relazione agli obiettivi indicati nel DUP (Documento Unico di Programmazione) che alle azioni previste nel PEG (Piano Esecutivo di Gestione).

Il documento focalizza l’attenzione sulle risorse umane e strumentali, per poi definire gli obiettivi strategici di comunicazione e le azioni specifiche per singolo servizio.

Il Piano del 2022 presenta alcune peculiarità rispetto al passato, sia per quanto riguarda gli strumenti a disposizione che il personale impiegato.

Come emerge dalla ricerca dell’Ocse citata in apertura, i due anni che abbiamo trascorso hanno mutato in modo l’approccio alla comunicazione, accelerando, di fatto, il passaggio al digitale, rispetto all’analogico.

Un fenomeno che da un lato favorisce un più rapido passaggio di informazioni e una maggiore capillarità, ma che dall’altro rischia di lasciare indietro dei cittadini, che non hanno ancora strumenti o conoscenze adeguate.

Nel corso del 2021 è stato completato il nuovo sito del comune, l'80% della modulistica può essere trasmessa attraverso Spid, quindi senza dover venire in Comune e presso l'Ufficio Unico è stato attivato un servizio di rilascio delle credenziali SPID ai cittadini.

Nei prossimi anni si tratta di avviare azioni mirate di informazione e formazione nei confronti della popolazione affinché utilizzi sempre più le possibilità offerte dalle nuove tecnologie.

Con questi presupposti i tempi sono maturi anche per avviare una riflessione sull'uso degli strumenti cartacei.

Già lo scorso anno è stata sospesa la pubblicazione COSA SUCCEDE IN CITTÀ, dedicata agli eventi e alle iniziative del territorio.

Nel 2022 rivedremo anche il periodico Montelupo Informa, con l'obiettivo di farlo diventare una pubblicazione di approfondimento con un'unica uscita annuale.

Proprio perché il sito in primo luogo, ma anche i social e la piattaforma INFORMABENE acquistano una rilevanza sempre maggiore nella strategia di comunicazione dell'ente è stato deciso di integrare l'organico con una nuova figura di raccordo fra le attività di comunicazione, promozione ed eventi.

La sfida dei prossimi anni è arrivare ad una diffusione capillare delle informazioni sfruttando tutte le potenzialità delle nuove tecnologie e cercando di avviare un dialogo e uno scambio con le generazioni più giovani, in molti casi distanti dalla pubblica amministrazione.

2. Struttura di comunicazione e organizzazione

Servizio di riferimento	Servizio Affari generali Responsabile dott.ssa Valentina Spagli v.spagli@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
Coordinamento attività di comunicazione, aggiornamento web, gestione social	Ufficio Stampa comune di Montelupo Fiorentino dott.ssa Silvia Lami ufficiostampa@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
Attività di comunicazione culturale	Dott.ssa Cristina Trinci c.trinci@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
Fondazione Museo Montelupo e attività Museali	Dott.ssa Benedetta Falteri b.falteri@musemontelupo.it
Organizzazione eventi	Dott. Massimiliano Cubattoli Dott.ssa Serena Modesto eventi@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
Relazioni con i cittadini, gestione reclami, pianificazione campagne di comunicazione	Ufficio Unico urp@comune.montelupo-fiorentino.fi.it

3. Gli strumenti

Gli strumenti utilizzati dal comune di Montelupo per comunicare con i cittadini sono molteplici con la finalità di intercettare pubblici diversi. Nella tabella riportata di seguito proponiamo un riepilogo

Strumento/canale	Caratteristiche	Tempi	Ufficio di riferimento
Sito comune	Nuovo sito istituzionale interoperabile con spid e Pago Pa	Aggiornamento quotidiano	Supervisione e coordinamento: ufficio stampa; Aggiornamento guida ai servizi: uffici di competenza
Sito promozione turistica	http://www.stradaceramica.it/	Settimanale	Supervisione: Ufficio stampa Coordinamento MMAB
Sito Cèramica	http://www.festaceramica.it/	Periodica	Supervisione: Ufficio stampa Già nel 2021 e anche nel 2022 la manifestazione ha cambiato formato. Di conseguenza dovrà cambiare anche la struttura del sito e la sua funzione.
Sito Museo della ceramica	www.museomontelupo.it	Settimanale	Supervisione: Museo della ceramica Coordinamento Ufficio stampa Gestione affidata ad un soggetto esterno
Blog della biblioteca	https://bibliotecamontelupo.wordpress.com/	Giornaliera	MMAB
Pagina Fb comune	Informazione e comunicazione di servizio Promozione iniziative Dirette eventi Meteo ed emergenze Post emozionali Interazione	Giornaliera	Ufficio stampa
Pagina FB Ceramica Montelupo	Così come deve cambiare il ruolo del sito dedicato a Cèramica, così deve mutare la funzione di questa pagina. Le scelte possono essere due: farla diventare il canale di comunicazione dell'associazione STRADA DELLA CERAMICA o integrarla con la pagina Facebook del Museo della Ceramica	Settimanale	Organizzazione da ripensare
Pagina FB Museo	Promozione attività del Museo della ceramica	2 o 3 volte a settimana	Museo della ceramica

Montelupo			
Instagram	Pagina che punta sulla promozione della ceramica		Gestita dal Museo della ceramica e dall'Ufficio stampa.
Account Instagram del MMAB	La pagina è stata attivata nel 2021 con buoni risultati in termini di follower. In via sperimentale è stata gestita dai volontari del Servizio Civile Universale. Rientra nel progetto SOCIAL REPORTER, di seguito dettagliato	Giornaliera	Si veda il progetto descritto al punto 4.3
Informabene	Strumento per la gestione della comunicazione multicanale: piattaforma per gestire: Mailing, Facebook, Twitter, Telegram, SMS, Chiamate vocali	Giornaliero	Ufficio stampa
Stendardi stradali (2.50x2.50)		3 volte all'anno	Ufficio stampa
Montelupo Informa	Periodico di informazione dell'amministrazione comunale	1 sola uscita all'anno	Ufficio stampa
Salvacode		In base alla disponibilità del materiale	Ufficio Unico
Manifesti e materiale grafico	La riconoscibilità è uno degli aspetti fondamentali della comunicazione pubblica: i cittadini devono capire immediatamente che il Comune è il soggetto che organizza un evento o che diffonde un'informazione istituzionale.	Si prevede una razionalizzazione nell'utilizzo degli strumenti cartacei, finalizzandola o a iniziative di maggiore rilevanza o a progetti che necessitano di una promozione capillare on line e off line	Ufficio stampa

4. Attività prioritarie di comunicazione 2022

4.1 Percorso partecipato "Piano operativo urbanistico"

A partire dal 2018 si è lavorato alla stesura del Piano strutturale Intercomunale che ha coinvolto i comuni di Empoli, Vinci, Cerreto Guidi, Montelupo e Capraia e Limite, anche per quanto concerne la comunicazione e i percorsi partecipativi.

Nel corso di tutto il 2022 il Comune di Montelupo è chiamato a redigere il PIANO OPERATIVO (quello che un tempo era il REGOLAMENTO URBANISTICO). Se il piano strutturale indica la visione di un territorio e rimane a livello strategico, il piano operativo entra nel dettaglio e definisce le "destinazione d'uso" e le funzioni che ogni parte del territorio dovrà avere specificando le regole qualitative e quantitative degli interventi.

L'impatto di questi due strumenti su futuro della città è importante ed è probabilmente per questa ragione che la normativa di riferimento (L.R. 65/14) stabilisce l'obbligo di effettuare processi partecipativi propedeutici alla stesura del documento.

Nel corso del 2022 quindi sarà avviato un percorso partecipativo contestuale alla stesura del PIANO OPERATIVO.

Obiettivi generali

- 1) Ascoltare le idee e i bisogni della cittadinanza in merito allo sviluppo futuro di Montelupo
- 2) Condividere le scelte del Piano operativo.

Obiettivi specifici

- 1) organizzare momenti di confronto e incontro
- 2) stimolare la partecipazione
- 3) realizzare un report efficace di quanto emerso dal confronto

Descrizione attività

- Individuazione di un soggetto specializzato in percorsi partecipativi che possa affiancare l'amministrazione comunale
- Predisposizione di un percorso partecipativo che preveda momenti di confronto sia on line che off line
- Realizzazione di materiale informativo specifico, identificato da un'immagine coordinata
- Predisposizione di un'apposita area on line
- Campagna social a sostegno

Indicatori di attività

Numero dei partecipanti al percorso partecipativo

Quantità e qualità delle indicazioni emerse dal confronto

4.2 Razionalizzazione e pianificazione dei canali social dell'ente

Il comune di Montelupo ha attivato negli anni numerosi canali social, nella convinzione che fosse necessaria un'elevata specificità per dialogare con fasce di pubblico predefinite.

Tuttavia ci sono canali che si sono dimostrati più efficaci ai fini della comunicazione istituzionale, altri maggiormente adeguati alla promozione territoriale e degli eventi; altri ancora che non sono utili.

Obiettivi generali

- 1) comunicare in maniera efficace e puntuale con i cittadini al fine di ottimizzare le risorse impiegate.

Obiettivi specifici

- 1) organizzare e sistematizzare in maniera efficace la gestione dei canali social dell'ente;
- 2) avviare campagne mirate di sponsorizzazione.

Descrizione attività

- Analisi degli insights dei diversi canali social
- Definizione di quali canali mantenere, quali modificare, quali eliminare
- Definizione dell'organizzazione dei canali social (chi li gestisce, quando e come)
- Elaborazione di un piano editoriale
- Formazione specifica per il personale del comune

Indicatori di attività

Aver definito un piano di gestione dei canali social dell'ente

4.3 Montelupo Social reporter: migliorare la comunicazione con i giovani

Il MMAB e il Centro Giovani sono due luoghi di riferimento per la popolazione giovanile. Il primo frequentato in prevalenza da studenti universitari, il secondo punto di riferimento per i ragazzi che frequentano le scuole medie.

Nonostante ciò, al di là dei giovani che frequentano direttamente questi spazi loro dedicati, l'Amministrazione comunale ha difficoltà a costruire un canale di comunicazione continuativo con questa fascia della popolazione.

Per questo il Comune di Montelupo ha avviato alcuni progetti finalizzati a raggiungere un maggiore e più capillare coinvolgimento di tutta la popolazione giovanile nelle attività dell'ente, ed ha candidato tali iniziative al bando nazionale promosso da Anci "Fermenti in Comune".

Dopo svariati tentativi condotti negli anni, molti dei quali fallimentari, si ritiene necessario coinvolgere direttamente i ragazzi nella gestione della comunicazione nei confronti dei loro coetanei.

Nel 2021 è stato attivato in via sperimentale il canale Instagram del MMAB ed è stato gestito dai volontari del Servizio Civile Universale

Obiettivi generali

- 1) avvicinare i ragazzi ai luoghi e contesti istituzionali della città;
- 2) accogliere e valorizzare il loro punto di vista;
- 3) documentare con gli occhi dei ragazzi la città e gli eventi promossi a Montelupo;
- 4) attivare canali permanenti di comunicazione e contatto con la popolazione giovanile.

Obiettivi specifici

- 1) creare una comunità di "influencer" locali che raccontino la città ai loro coetanei;
- 2) avviare un dialogo con la popolazione più giovane di Montelupo, utilizzando i loro linguaggi e i loro canali preferenziali;
- 3) rafforzare l'account Instagram del MMAB.

Descrizione attività

- Lancio di una call per individuare due "social reporter" fra giovani under 25
- Campagna di comunicazione
- Formazione
- Attivazione dei canali social

Indicatori di attività

Aver raggiunto almeno 1000 follower entro dicembre 2022 sull'account Instagram del MMAB

4.4 Revisione del sistema di gestione dei reclami

Dal 2009 la gestione del sistema dei reclami, svolta dall'Ufficio Unico, avviene attraverso un software in riuso denominato "Rekla" che, dopo oltre dieci anni, evidenzia tutti i suoi limiti.

Nel 2020 la giunta comunale ha approvato un progetto biennale con il quale si vuole riprogettare l'intero sistema di gestione dei reclami, individuando interventi specifici su: base dati, gruppo di lavoro, formazione personale, individuazione sul mercato di nuovi programmi di gestione, monitoraggio dei risultati raggiunti da un punto di vista quantitativo e qualitativo.

Il progetto è già in fase avanzata e rispetto all'idea originaria è stato deciso di elaborare e studiare un sistema interno di gestione dei reclami che nel corso del 2021 è stato testato per quanto concerne illuminazione pubblica e verde pubblico.

Si prevede di proseguire la fase di test e l'implementazione del sistema.

Obiettivi generali

- 1) aggiornare e bonificare le banche dati a disposizione dell'Ente;
- 2) migliorare e semplificare il rapporto con il cittadino e del sistema interno di gestione delle segnalazioni;
- 3) tracciare i flussi e possibilità di fare statistiche mirate;
- 4) standardizzazione e razionalizzazione delle procedure;
- 5) omogeneità della risposta al cittadino;
- 6) riduzione dei tempi medi di risposta.

Azioni di comunicazione

- individuare soluzioni metodologiche e tecnologiche per automatizzare i processi;
- implementare le FAQ;
- coinvolgere il personale operaio, operativo quotidianamente sul territorio;
- individuare i referenti dedicati per ciascun servizio;
- migliorare la comunicazione interna;
- potenziare gli strumenti di analisi e studio dei dati estratti dal CRM operativo

Indicatori di attività

tempi di risposta da parte degli uffici all'URP;
tempi di risposta da parte dell'URP al cittadino;
redazione faq.

4.5 Promozione turistica

Oggi al classico turismo di destinazione si è pressoché ormai sostituito quello esperienziale, cioè il turismo che permette di vivere una esperienza emozionante da condividere con amici e famiglia. Questo progetto nasce proprio con questa visione, il turista oggi si organizza la vacanza o un weekend per vivere esperienze emozionanti, per vivere sensazioni uniche che potrà raccontare e ricordare facilmente e che rappresentano il vero elemento caratterizzante della vacanza. Una volta creato il pacchetto turistico, occorre porre particolare attenzione all'attività di marketing e comunicazione. Il prodotto deve essere chiaro, ben descritto e fruibile da tutti, solo in questo modo il turista potrà effettuare la scelta della vacanza più idonea alle sue esigenze e aspettative. È opportuno prendere in considerazione tutti i canali di comunicazione a disposizione. Per realizzare una strategia di marketing e comunicazione vincente è necessario valorizzare risorse e attrazioni del territorio conservando le specificità delle singole strutture con l'obiettivo di comunicare un valore aggiunto del turismo esperienziale.

La strategia di prodotto si baserà sulla realizzazione di contenuti volti a soddisfare al meglio le esigenze del cliente per far vivere esperienze che rimangano ben impresse e facilmente condivisibili.

Alla fine del 2021 è stato avviato un percorso finalizzato a mettere in rete i luoghi di interesse di carattere turistico presenti sul territorio, pubbliche e private: Museo della ceramica, scuola della ceramica, Archivio Industriale Bitossi, Atelier Bagnoli, manifatture del territorio.

Nel mese di novembre è stato organizzato un Open Day finalizzato presentare l'offerta del territorio ad agenzie, strutture ricettive, guide specializzate.

Nella convinzione che in un momento in cui sta cambiando l'approccio dei turisti il territorio di Montelupo abbia caratteristiche interessanti per quanto riguarda il turismo esperienziale e slow.

Nel 2022 si intende portare avanti il progetto di concerto con la Fondazione Museo Montelupo e coinvolgimento le strutture del territorio .

Inoltre nel 2022 l'Amministrazione comunale di Montelupo ha aderito alla **Via Medicea**, un itinerario che si snoda da Prato e arriva a Fucecchio e tocca tutti i luoghi dei Medici. Si tratta sostanzialmente di un'operazione promozionale e di valorizzazione ambientale di concerto con tutti gli altri comuni aderenti.

Obiettivi generali

- 1) Fare sistema fra i vari soggetti che opera nel settore turistico a Montelupo (pubblici e privati)
- 2) Elaborare una proposta in grado di intercettare l'interesse dei turisti sia italiani che stranieri che arrivano in Toscana e in particolare a Firenze
- 3) Collocare Montelupo nella rete dei territori interessati da un turismo SLOW

Obiettivi specifici di comunicazione

- 1) Coinvolgere gli operatori del settore
- 2) Promuovere la proposta turistica di Montelupo

Azioni di comunicazione

- Definizione di un nome e logo che identifica l'operazione turistica
- Realizzazione dei pacchetti specifici e promozione degli stessi attraverso canali specifici
- Realizzazione di un'apposita area dedicata all'offerta turistica sul sito www.stradaceramica.it
- Promozione dell'offerta e dell'attività in generale promosse a Montelupo sul sito Visit Tuscany
- Presidio delle azioni promozionali avviate dell'Ufficio Turistico di area
- Organizzazione educational rivolto alle guide turistiche
- Creazione di un indirizzario mail specifico con tutti i portatori di interesse.
- Attività di Social Media Marketing
- Utilizzo di Blogger e Travel Influencer
- Promozione dei pacchetti turistici a Tour Operator, Agenzie Viaggi o campagne di e-mail marketing
- Promozione nei Cral aziendali e nelle Associazioni
- Apertura e presidio dell'Infopoint turistico

Indicatori di attività

Organizzazione di almeno un educational a Montelupo Fiorentino

Elaborazione della campagna di comunicazione specifica

4.6 Revisione percorso Museo della ceramica e produzione materiale informativo

Nel corso dei prossimi anni sarà avviata la revisione del percorso espositivo del Museo della ceramica. Si tratta di un intervento che si protrarrà per alcuni anni e che necessita di essere accompagnato con azioni di comunicazione specifiche.

Obiettivi generali

- 1) Revisione del percorso del Museo della ceramica
- 2) Promuovere una fruizione che possa essere accattivante anche per i non esperti della materia ceramica.

Obiettivi specifici di comunicazione

- 1) Individuare una linea comunicativa coordinata per quanto riguarda la segnaletica interna e la comunicazione esterna
- 2) Prevede una strategia di comunicazione che si fonda sulla narrazione di quanto esposto

Azioni di comunicazione

- Individuazione di pezzi chiave che possano essere usati per narrare storie sia al Museo, ma anche attraverso i social
- Potenziare l'account instagrm @montelupo_ceramic
- Definizione della linea grafica che accompagna il percorso espositivo
- Rivedere i contenuti del sito www.museoceramica.it
- Pubblicazione di articoli di approfondimento coinvolgendo critici d'arte ed esperti, da raccogliere a fine anno ne "I quaderni del Museo"

Indicatori di attività

Definizione entro il 31 dicembre 2022 di una linea grafica e di comunicazione per il nuovo percorso museale

4.7 Iniziative di animazione del centro cittadino e del Parco dell'Ambrogiana

Il piano eventi (allegato del presente documento) delinea un ricco calendario di iniziative da svolgersi durante l'arco di tutto l'anno e in particolare nei mesi estivi.

Sintetizzando si prevedono 100 appuntamenti in 356 giorni.

Gli eventi di animazione del centro cittadino organizzati dall'amministrazione partono nel mese di maggio con la manifestazione MONTELUPO IN FIORE.

Questi i punti saldi della programmazione:

- ✓ **Buongiorno Ceramica.** In occasione della manifestazione proposta a livello nazionale da AICC (Associazione Italiana Città della Ceramica) è prevista l'inaugurazione dell'opera dell'artista Marco Bagnoli dal titolo "72 nomi - Italian Garden" nel Parco dell'Ambrogiana
- ✓ **"Cèramica off".** Per il terzo anno viene riproposta una versione della manifestazione estesa su più di un mese dell'evento dedicato alla ceramica con mostre, incontri e workshop. Si prevede il coinvolgimento di artisti e di tutte le manifatture del territorio e sarà organizzata una mostra mercato per il fine settimana del 25 e 26 giugno.
- ✓ **Fool Park.** Torna anche la manifestazione pensata per i giovani di Montelupo e non solo nel Parco dell'Ambrogiana.
- ✓ **Eventi nel centro cittadino** per famiglie bambini promossi in collaborazione con il CCN "Il Borgo degli Arlecchini"
- ✓ **Cinema** estivo da giugno a settembre

Obiettivi di comunicazione

- 1) coinvolgere la cittadinanza;
- 2) favorire la partecipazione da parte delle persone dei territori limitrofi e non solo;
- 3) raggiungere in modo puntuale i diversi target.

Azioni

- elaborazione di una linea grafica dedicata ai diversi eventi;
- lancio della call per la mostra mercato;
- affidamento da parte dell'artista Marco Bagnoli dell'attività di ufficio stampa per l'inaugurazione della sua opera;
- conferenza stampa di presentazione e inizio ufficiale dell'estate montelupina;
- diretta del sindaco dedicata alle iniziative estive;
- implementazione dell'account Instagram dedicato;
- campagna di sponsorizzazioni;
- revisione del sito dedicato agli eventi e alle iniziative;

Indicatori di attività

visitatori al Museo e alla mostra allestita presso il Palazzo Podestarile
follower delle pagine IG @FoolPark e @montelupo_ceramic

4.8 Valorizzazione Contratto di Fiume Pesa

Il Comune di Montelupo Fiorentino è fra i firmatari e coordinatore del Contratto di Fiume Pesa, che vede più di 50 firmatari condividere azioni mirate volte alla salvaguardia della risorsa idrica e dell'ambiente e alla valorizzazione del territorio.

In questo contesto l'Amministrazione comunale di Montelupo si propone di sostenere con semplici azioni mirate di comunicazione il Contratto di Fiume.

Obiettivi di comunicazione

- 1) supportare la promozione del Contratto di Fiume e la diffusione dei suoi obiettivi;
- 2) rafforzarne l'identità.

Azioni

- redazione di 3 comunicati stampa in un anno collegati a iniziative o momenti di riflessione sul tema della risorsa idrica;
- pubblicazione di 1 post al mese dedicato alla Pesa sulla pagina del comune di Montelupo.

Indicatori di attività

Uscite sulla stampa locale in un anno dedicate alla Pesa e all'attività del Contratto di Fiume

4.9 CORRIDOI DI PACE

A seguito del conflitto fra Russia e Ucraina l'amministrazione comunale ha ritenuto necessario avviare una serie di iniziative di sensibilizzazione e promozione della pace, coinvolgendo le associazioni del territorio

Ne sono nate alcune iniziative sia promosse dall'amministrazione comunale, sia dalle singole associazioni.

In particolare per quanto riguarda le azioni promosse dall'amministrazione si segnala: l'incontro con gli autori dell'ATLANTE DELLE GUERRE e una camminata della pace prevista per domenica 3 aprile

Obiettivi generali

- 1) Promuovere la pace e sensibilizzare la popolazione su questo tema
- 2) Sostenere le popolazioni colpite dalla guerra
- 3) Avviare una riflessione sul tema della pace

Obiettivi di comunicazione

- 1) Favorire la partecipazione dei cittadini alle iniziative organizzate
- 2) Creare una rete fra amministrazioni e associazioni

Azioni

- Definizione di un nome, logo e immagine coordinata che contraddistingua le iniziative legate alla promozione della pace
- Individuare un'area del sito del comune in cui pubblicare tutte le iniziative che arrivano dalle associazioni, ma anche le informazioni utili per l'accoglienza dei profughi
- Raccontare le iniziative realizzate attraverso i canali social dell'ente
- Creare una mailing list di raccordo e scambio delle informazioni fra amministrazione e associazioni
- Sensibilizzare le associazioni alla partecipazione alla "Camminata della pace" del 3 aprile attraverso un mailing mirato seguito da un recall
- Contattare la scuola affinché promuova anche nelle classi la "Camminata della pace" del 3 aprile
- Studiare una comunicazione specifica dedicata alla "Camminata della pace" del 3 aprile
- Prevedere un comunicato stampa
- Campagna social con sponsorizzazione
- Distribuzione di una locandina dedicata in tutti i negozi del centro cittadino

Indicatori di attività

- Numero delle persone che partecipano alla "Camminata della pace"

5. Attività di comunicazione degli Uffici

AMBIENTE EDILIZIA URBANISTICA	LUX LIVING: Risultato bando Consegna appartamenti	marzo 2022 /settembre 2022	Comunicato stampa, articolo news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	LUX LIVING: Dopo di NOI SDS penserà anche all'arredamento degli appartamenti		Conferenza stampa e articolo sul sito	Comunicazione istituzionale
	Piano strutturale intercomunale		Conferenza stampa congiunta, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Disinfestazione zanzare. Campagna distribuzione prodotto antilarvale	Maggio	Comunicato stampa, articolo sul sito, campagna Facebook con video di spiegazione, locandine	Comunicazione di servizio
	Recupero Fanciullacci	Da individuare	Da dettagliare	Comunicazione istituzionale
	Fontanello sostituzione in piazza Unione Europea Nuovo a Samminiatello	Aprile	Comunicato stampa, foto campagna social targa	Comunicazione istituzionale
	Campagna di comunicazione sui microrifiuti		Post sui canali social Locandine o adesivi articolo sul sito	Comunicazione istituzionale
	Colonie feline		Realizzazione cartellonistica specifica	Comunicazione istituzionale

	Nuovo direttore scientifico	Marzo	Comunicato stampa	Comunicazione istituzionale
--	--------------------------------	-------	-------------------	--------------------------------

SISTEMA MUSEALE	Buongiorno Ceramica	Maggio	Comunicato stampa. Promozione sui canali social pubblicazione notizia sui siti culturali Video emozionale dedicato al Museo Campagna IG	Comunicazione culturale ed eventi
	Inaugurazione opera Marco Bagnoli	Maggio	Conferenza stampa realizzazione brochure attività di ufficio stampa con periodici nazionali Campagna social	Comunicazione culturale ed eventi
	CERAMICA OFF	Maggio/Luglio	Conferenza stampa, comunicati stampa per promuovere in modo puntuale ogni appuntamento, realizzazione di un sito dedicato, campagna affissioni, campagna social	Comunicazione culturale ed eventi
	Affidamento gestione multisite e canali social	Settembre 2021/settembre 2022		Comunicazione culturale ed eventi

LAVORI PUBBLICI	Ciclopista Urbana n°1 tratto di San Quirico	Inizio Lavori Febbraio termine entro estate	Comunicato stampa Notizia sul sito Post social	Notizia di servizio
	Efficientamento 2022 Progettazione e realizzazione	Intervento nel corso dell'estate	Comunicato stampa articolo su Montelupo Informa	Notizia di servizio
	Ex Cinema Risorti lavori	Febbraio inizio lavori Termine fine estate	Conferenza stampa Evento di inaugurazione Campagna social realizzazione linea grafica apposita	Comunicazione istituzionale

	Percorso Ciclabile Via Maremmana	Progettazione in corso Inizio lavori entro settembre	Comunicato stampa	Comunicazione Istituzionale
	Parte alta di Montelupo:	completamento progettazione entro pasqua Inizio lavori entro settembre	Comunicato stampa Sito Social	Comunicazione Istituzionale
	Lavori Diga e Rio di Sammontana	Inizio lavori entro estate	Comunicato stampa	Comunicazione Istituzionale
	Promozione art bonus		Mailing mirato, notizia sul sito, volantino, comunicato stampa, campagna social	Comunicazione Istituzionale

BIBLIOTECA CENTRO GIOVANI	Giorno della memoria per le scuole	Gennaio	Comunicazione online, comunicato stampa, campagna social	Comunicazione culturale ed eventi
	Uscita scuole pietre di inciampo Mostra "Campioni della memoria" Deportazione 8 marzo 1944 cerimonia domenica 6 marzo	Marzo	Comunicazione online, blog biblioteca, comunicato stampa, campagna social, manifesto	Comunicazione culturale ed eventi
	"Segreti di fornace"	Marzo aprile	Comunicazione online, comunicato stampa, campagna social, realizzazione di un'apposita linea grafica da declinare su locandina e volantino	Comunicazione culturale ed eventi
	Concorso letterario	Marzo luglio	Comunicazione online, comunicato stampa, campagna social, pubblicazione solo virtuale sul blog del MMAB in un'apposita area dei	Comunicazione culturale ed eventi

			racconti finalisti	
	Montelupo Social Reporter	marzo	Lancio iniziativa con comunicato stampa, campagna social, sponsorizzazione social, blog realizzazione di un'apposita linea grafica	Comunicazione culturale ed eventi
	Youth Bank	marzo-settembre	Lancio iniziativa con comunicato stampa, campagna social	Comunicazione culturale
	Outdoor education	maggio-agosto	Lancio iniziativa con comunicato stampa, campagna social, blog, lettera postale mirata	Comunicazione culturale
	Spettacolo teatrale realizzato nell'ambito del progetto YOUNGS4FUTUTRE	luglio	Promozione comunicazione online, aggancio con Fool Park, comunicato stampa, blog, social	Comunicazione culturale ed eventi
	Contest musicale dedicato alla pace	luglio	Promozione comunicazione online, aggancio con Fool Park, comunicato stampa, blog, social	Comunicazione culturale ed eventi
	Città dei lettori	Settembre	Promozione comunicazione online, aggancio con Città dei lettori nazionale, comunicato stampa, blog, social	Comunicazione culturale ed eventi
	Festival letterario Reanet	Settembre ottobre	Promozione comunicazione online, aggancio con Reanet, comunicato stampa, blog, social	Comunicazione culturale ed eventi
PARI OPPORTUNITÀ	Declinazioni femminili	marzo-novembre	Realizzazione di un'apposita linea grafica campagna social comunicati stampa	Comunicazione culturale

SCUOLA		Aprile	Mailing mirato, notizia sul sito, volantino	Comunicazione di servizio
	Centri estivi	maggio/giugno	Mailing mirato, notizia sul sito, volantino, comunicato stampa	Comunicazione di servizio
	Iscrizione trasporto e domande di agevolazione per i servizi mensa e trasporto	marzo	Mailing mirato, notizia sul sito comunicato stampa, notizia sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
	Iscrizione mensa bambini di 3 anni (scuola)	gennaio	Comunicazione personalizzata ad ogni	Comunicazione di servizio

	dell'infanzia)		singola famiglia attraverso il servizio postale, comunicazione telefonica e per e-mail per eventuali non residenti	
	Pacchetto scuola	Maggio	Mailing mirato, notizia sul sito comunicato stampa, notizia sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
	Attività di valorizzazione e promozione dei servizi	Durante tutto l'arco dell'anno	Articoli dedicati alla mensa, ai progetti attivati, alle iniziative organizzate in collaborazione con la scuola	Comunicazione di Servizio/istituzionale

SOCIALE	Bando ass. Case popolari	Giugno/Luglio	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	bando per morosità incolpevole	Giugno	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Bando affitti	Giugno	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	conclusione progetto per case affitto agevolato EX LUX	settembre	Conferenza stampa Articolo sul sito	Comunicazione istituzionale/di servizio
	assegni per famiglie con figli disabili		Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Bando acqua		Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	corso italiano stranieri	marzo	Ideazione grafica manifesto articolo sul sito comunicato stampa	Comunicazione di servizio
	assegnazione appartenenti a canone agevolato piazza Unione Europea		Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio

TRIBUTI	Comunicazione aliquote IMU - anno 2021	marzo	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
----------------	--	-------	--	-----------------------------

	Canone Unico	marzo	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	TARI	Maggio/Giugno	News sul sito, social	Comunicazione di servizio
	Agevolazioni TARI	Giugno/Luglio	Comunicato stampa , news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Attivazione pagamenti attraverso PagoPA	Luglio	Comunicato stampa, articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social Comunicazione di servizio	Comunicazione di servizio
	Scadenza versamento saldo IMU	novembre	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione di servizio
	Agevolazioni canone occupazione suolo pubblico	aprile	Conferenza stampa Campagna social	Comunicazione istituzionale

UFFICIO UNICO	Iscrizione albi presidenti e scrutatori per coloro che non sono ancora iscritti	Ottobre/ Novembre	Notizia sul sito e sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
	Revisione albo dei giudici popolari		Notizia sul sito e sulla pagina FB	Comunicazione di servizio