

## **COMUNE DI FOLIGNO**



## **PIANO DELLA COMUNICAZIONE**

**ANNO 2024**

## Sommario

1. Premessa	pag. 4
2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	pag. 5
3. SOGGETTI DELLA COMUNICAZIONE - Architettura gestionale	pag. 5
4. AZIONI E STRUMENTI	pag. 8
5. PROGETTI DI COMUNICAZIONE	pag. 15
- PROTOCOLLO D'INTESA TRA IL COMUNE DI FOLIGNO, L'ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI ESPERTI CONTABILI DELLA PROVINCIA DI PERUGIA E LA FONDAZIONE UMBRIA CONTRO L'USURA ONLUS ETS	pag. 15
- GESTIONE SPERIMENTALE DELLA PAGINA FACEBOOK DEL COMUNE DI FOLIGNO	pag. 16
- PROMOZIONE ATTIVITA' e SERVIZI OFFERTI NEL MUSEO di PALAZZO TRINCI e NEGLI ALTRI MUSEI CIVICI (MAC, ORATORIO NUNZIATELLA, ORATORIO DEL CROCIFISSO, MUSEO DELLA STAMPA, MUSEO DELLA QUINTANA)	pag. 18
- PROGETTO REALTA' AUMENTATA "Musei On" – P.S.R. 2014-22	pag. 19
- MOSTRA DEI DISEGNI DELL'ARCHITETTO GIUSEPPE PIERMARINI A PALAZZO REALE DI MILANO PROMOSSA DAL COMUNE DI MILANO	pag. 20
- ESTATE AL TRINCI	pag. 22
- SEGNI BAROCCHI	pag. 23
- GIORNATE DANTESCHE	pag. 24
- SUPPORTO COMUNICATIVO ALLA RIAPERTURA CORTILE PALAZZO DELI	pag. 26
- POSIZIONAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E LA GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"	pag. 27
- PROMOZIONE DELLE GUIDE DIGITALI TEMATICHE VISIT FOLIGNO	pag. 28
- CAMPAGNA PROMOZIONALE NATALE	pag. 29
- ATTIVITA' DI PROMOZIONE DI RASIGLIA NELL'AMBITO DELLE ATTIVITA' DELL'ASSOCIAZIONE I BORCHI PIU' BELLI D'ITALIA	pag. 30
- GIRO D'ITALIA 2024	pag. 21
- FESTA DELLO SPORT 2024	pag. 32
- IN GIRO AL CENTRO DEL MONDO	pag. 33
- GIORNATA MONDIALE DELLE ZONE UMIDE E INAUGURAZIONE MOSTRA FOTOGRAFICA "L'IMPORTANZA INCOMMENSURABILE DELLA BIODIVERSITÀ"	pag. 34
- I LEPIDOTTERI DELL'AREA DI COLFIORITO	pag. 36
- OLTRE L'IMMAGINARIO. OMERO SAVINA E LA VIA LAURETANA 10 ANNI DOPO	pag. 37
- FESTA DEI BOSCHI 2024	pag. 39

- SERATA DI ASTRONOMIA	pag. 40
- MOSTRA FOTOGRAFICA	pag. 42
- CONOSCIA-AMO LE LIBELLULE	pag. 43
- CONCORSO FOTOGRAFICO 'IMMAGINA LA NATURA'	pag. 44
- CONCERTI IN NATURA	pag. 46
- GIORNATA ECOLOGICA - 'PULIAMO IL PARCO'	pag. 47
- LE GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING	pag. 49
- EVENTI NATALE 2024	pag. 50
- CALENDARIO DEL PARCO DI COLFIORITO 2025	pag. 51
- REALIZZAZIONE SALA D'ATTESA PER GLI UTENTI DEL SERVIZIO ANAGRAFE	pag. 53
- POR-FESR 2014-2020 - Agenda Urbana	pag. 54
- POR-FESR 2021-2027 - Agenda Urbana	pag. 55

6. VALUTAZIONE DEI RISULTATI	pag. 57
------------------------------	---------

## 1. Premessa

La comunicazione pubblica è uno degli snodi fondamentali del processo di innovazione e semplificazione della P.A. Tramite la comunicazione, l'Amministrazione intende accorciare le **distanze, semplificare il rapporto con i cittadini e renderlo sempre più diretto**, considerando la trasparenza uno strumento di partecipazione.

Il piano di comunicazione descrive gli obiettivi comunicativi del Comune, tenendo presenti sia le Linee programmatiche di mandato sia le disposizioni normative in tema di comunicazione istituzionale.

Il Piano rappresenta:

- una **leva** verso l'innovazione dell'intera organizzazione perché consente di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e all'esterno dell'Ente;
- uno **strumento di lavoro** per gli uffici, coinvolti in maniera diretta o indiretta nell'attività di comunicazione dell'Ente;
- una **proposta metodologica** che rende il Piano uno strumento flessibile e dinamico, in grado di recepire variazioni e integrazioni.

Nel Piano vengono evidenziati i seguenti elementi:

- obiettivi e strategie della comunicazione
- pubblici di riferimento
- azioni e strumenti che si intendono attivare
- tempi e budget previsionali relativi ai progetti
- attività di monitoraggio e valutazione

Nel processo comunicativo l'Ente intende garantire una forte integrazione di canali e strumenti, attuando un approccio multicanale che consenta di comunicare contenuti diversi in diversi luoghi, in diversi momenti, a pubblici eterogenei, intensificando e razionalizzando la gestione dei canali esistenti e adottandone di nuovi.

Il piano di comunicazione, oltre che essere uno strumento, è anche un protagonista di un cambiamento organizzativo: non è un semplice documento che descrive le azioni comunicative del Comune ma un processo che coinvolge tutte le Aree Organizzative dell'Amministrazione.

L'obiettivo è porre in essere un sistema di comunicazione unitario, che si configuri in maniera coerente in tutti i singoli messaggi e con gli obiettivi ed i programmi dell'Ente.

Rientra tra gli obiettivi della comunicazione anche l'analisi dei risultati e degli impatti, il cui valore è connesso alla percezione positiva delle azioni realizzate e al coinvolgimento di ulteriori destinatari.

## 2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE

La comunicazione è efficace quando fornisce informazioni complete, aggiornate, attendibili ed utili. La definizione di obiettivi chiari consente di migliorare il rapporto con i cittadini, evitare lo spreco di risorse e limitare il più possibile azioni comunicative casuali ed estemporanee, quando non dannose per l'Ente.

L'Amministrazione comunale intende raggiungere obiettivi volti a facilitare il rapporto con i cittadini e a potenziare all'interno dell'Ente la cultura della comunicazione, coniugando in una strategia unitaria la comunicazione esterna e la comunicazione interna.

Gli obiettivi prioritari di COMUNICAZIONE ESTERNA puntano a:

- **promuovere la conoscenza delle attività e dei servizi** erogati dall'Ente per favorire l'accesso;
- **rafforzare il dialogo con il pubblico, la comunità locale, le istituzioni;**  
**potenziare la comunicazione digitale**, aumentando l'efficienza organizzativa e riducendo i costi;
- **rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente**, per una comunicazione sempre più "riconoscibile";
- **promuovere e valorizzare il territorio e le peculiarità locali** quali elementi trainanti per lo sviluppo e la crescita (culturale, economica e civile) della comunità.

Per quanto riguarda la COMUNICAZIONE INTERNA, la realizzazione di un sistema di flussi comunicativi all'interno de Comune presenta ancora forti difficoltà: risulta infatti ancora difficile coinvolgere l'intera organizzazione attraverso un'efficace condivisione di informazioni e obiettivi. Occorre quindi continuare a promuovere una cultura condivisa della comunicazione, che possa contare su personale informato, motivato e coinvolto.

Tutto ciò perché la comunicazione istituzionale non può essere di competenza esclusiva di singole strutture dedicate (Servizio comunicazione, Ufficio stampa, Ufficio Relazioni con il Pubblico) ma è necessario che le attività di comunicazione siano trasversali a tutte le funzioni comunali, permeandone l'attività amministrativa.

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 del pubblico.

## 3. I SOGGETTI DELLA COMUNICAZIONE - Architettura gestionale

La rete della comunicazione dell'Ente è costituita da diversi soggetti comprendendo sia un pubblico interno all'Ente (costituito da amministratori, strutture dedicate alla comunicazione,

dipendenti e collaboratori) sia un pubblico esterno all'Ente destinatario delle azioni di comunicazione (cittadini, associazioni, imprese, turisti e visitatori, media, istituzioni).

Di seguito le strutture dell'Amministrazione che si occupano di comunicazione istituzionale.

## **Servizio Comunicazione**

Il servizio Comunicazione, quale struttura preposta alla comunicazione istituzionale, svolge un ruolo propulsivo all'interno dell'Ente e coordina l'attività finalizzata al miglioramento del sistema comunicativo ed alla implementazione di strumenti e processi di comunicazione.

Svolge le seguenti attività

- promuove e favorisce lo sviluppo della comunicazione esterna ed interna dell'Ente attraverso la redazione del Piano di Comunicazione ed il coordinamento della Rete dei Referenti Interni della Comunicazione;
- promuove l'attività di comunicazione e l'immagine dell'Ente;
- coordina l'informazione via web e la comunicazione online;
- partecipa all'elaborazione di campagne di comunicazione di particolare impatto sulla cittadinanza e di interesse strategico complessivo;
- gestisce i social media;
- supporta gli uffici nella pianificazione di singole attività o campagne di comunicazione.

## **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.

In modo esplicativo, ma non esaustivo, all'ufficio stampa compete:

- mantenere un continuo e costante rapporto con gli organi di informazioni e i rappresentanti delle varie testate;
- seguire gli incontri istituzionali di sindaco e amministratori;
- predisporre, redigere e diffondere comunicati stampa;
- organizzare conferenze stampa e allestire press.kit (cartelle stampa);
- monitorare l'attività di rassegna stampa;
- curare il flusso di informazioni tra l'Ente e la stampa attraverso il rapporto con la Giunta e gli Assessorati.

## Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.)

L'U.R.P. è il primo contatto del Comune, una realtà con un ruolo di interscambio tra due mondi: quello pubblico e quello della comunità amministrata.

Per comprendere e soddisfare le aspettative della cittadinanza il personale dell'Ufficio mette in campo la propria capacità di ascoltare, informare e comunicare nel modo più efficace ed opportuno.

L'U.R.P. ha due importanti funzioni:

- garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione;
- garantire lo scambio di informazioni fra l'ufficio e le altre strutture operanti nell'amministrazione, promuovendo la comunicazione interna.

In tale ottica l'Ufficio:

- informa su servizi/atti/procedimenti e sulla relativa modulistica;
- orienta il cittadino verso le attività del Comune, favorendo quindi l'accesso ai servizi e l'attivazione dei procedimenti;
- gestisce l'accesso ai documenti amministrativi e l'accesso civico;
- informa su programmi di eventi culturali, turistici e sportivi;
- raccoglie le firme di proposte di legge e referendum;
- collabora, con gli altri enti pubblici, per la diffusione di notizie di interesse generale;
- protocolla gli atti e le istanze in arrivo;
- gestisce l'uso delle Sale di Rappresentanza del Comune;
- riceve le segnalazioni da parte del cittadino.

Per lo svolgimento di queste attività sono condizioni essenziali la comunicazione interna e la condivisione delle informazioni tra i diversi uffici e servizi dell'Ente.

Chi opera all'interno dell'U.R.P., in virtù del ruolo svolto e del contatto diretto con il pubblico, deve poter disporre di informazioni tempestive, complete e chiare da parte di tutti gli uffici e i servizi del Comune.

## Rete dei Referenti interni della Comunicazione

Ogni struttura organizzativa è responsabile dell'attività comunicativa interna ed esterna riferita al servizio e alle materie di competenza e gestisce la propria comunicazione secondo i sistemi di comunicazione in uso nell'Ente.

Un efficace sistema di relazioni con il pubblico deve necessariamente coinvolgere l'intera struttura organizzativa: gli scambi e la condivisione di informazioni all'interno di una Rete costituita da personale interno danno sostanza al concetto di **comunicazione organizzativa**.

Nel 2021 il Comune ha costituito la Rete dei Referenti Interni della Comunicazione dell'Ente (formata da dipendenti individuati dai rispettivi dirigenti) e ha approvato le “*Linee Guida per la comunicazione interna*” che definiscono i criteri operativi ed organizzativi per sviluppare e migliorare la comunicazione interna dell'Ente, seguendo procedure operative omogenee (Linee Operative) relative ai vari strumenti di comunicazione, in grado di far emergere un'immagine comunicativa coerente e riconducibile al Comune.

La Rete di Referenti interni della comunicazione collabora nella gestione dei flussi informativi, al fine di:

- garantire l'attività di informazione e di comunicazione pubblica indirizzate ai cittadini e promuovere la comunicazione interna quale strumento di sviluppo organizzativo, rafforzando la circolazione delle informazioni tra servizi/Aree del Comune;
- raggiungere un maggior coordinamento delle comunicazioni all'esterno, nel rispetto dell'immagine dell'Ente;
- anticipare a U.R.P. e Ufficio Stampa, informazioni inerenti a provvedimenti che attengono a materie particolarmente “sensibili” nei confronti dell'opinione pubblica.

**Il ruolo e le funzioni dei Referenti Interni della Comunicazione** sono i seguenti:

- partecipare alla progettazione e realizzazione delle attività di comunicazione esterna che riguardano i propri Servizi/Aree;
- essere interlocutori dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.) nella gestione dei flussi di comunicazione interna ed esterna;
- essere interlocutori del Servizio Comunicazione e Ufficio stampa per le attività di comunicazione esterna rivolta specificamente agli organi di stampa e all'informazione digitale (web, app, social);
- collaborare alla redazione del Piano di comunicazione annuale;
- gestire ed aggiornare le informazioni presenti sul sito web, relativamente ai contenuti di competenza del proprio Servizio/Area.

Il Referente Interno della Comunicazione ha il compito strategico di raccogliere e selezionare le informazioni, curare i rapporti con gli altri uffici/servizi tramite la Rete dei Referenti, garantendo una comunicazione, interna ed esterna, chiara, completa ed omogenea all'interno e all'esterno dell'Ente.

#### **4. AZIONI E STRUMENTI**

Il Comune promuove attività e servizi, che garantiscano la leggibilità delle informazioni verso l'utenza, attraverso diversi canali e strumenti per una comunicazione efficiente, efficace e coerente.

Tra i principali:

### **Sito web istituzionale**

Il canale web è strumento principale per le attività di informazione pubblica e per l'interazione con l'utenza, ferme restando le competenze degli altri singoli strumenti/strutture di comunicazione. Il sito istituzionale rappresenta il principale spazio informativo e di approfondimento a cui cittadini e utenti possono fare riferimento per trovare informazioni complete e aggiornate.

Il 2024 è l'anno del consolidamento delle novità introdotte nel 2023 con l'intervento di restyling del sito nell'ambito del Programma Agenda Urbana, volto a migliorare l'accesso alle Tecnologie della Informazione e Comunicazione (T.I.C.).

Il sito istituzionale, conforme alle specifiche Agid (Linee Guida adottate da AgID con determinazione n. 224/2022), è progettato per dialogare con l'App multiplatforma del Comune, disponibile per iOS e Android, e con AppIO. Sempre in un'ottica di integrazione degli strumenti e di semplificazione nelle modalità di accesso ai servizi, i cittadini possono interagire con la pubblica amministrazione con qualsiasi strumento informatico (computer, tablet, smartphone) attraverso piattaforme abilitanti e sistemi di identificazione digitale (Spid e Cie).

Il sito è interattivo, di facile utilizzo, articolato in una serie di moduli in grado di attivare tutte le funzionalità necessarie alla gestione dei contenuti, alla condivisione sui canali social, alla raccolta di richieste da parte degli utenti.

Si arricchisce di nuove sezioni e di un'architettura informativa che migliora l'usabilità e offre un'esperienza di navigazione semplice, intuitiva e inclusiva. È infatti accessibile a tutti gli utenti, compresi coloro che si trovano in situazioni di limitazioni fisiche, tecnologiche o ambientali ed è realizzato in versione *responsive*, così da adattare il medesimo template grafico ed i contenuti alle risoluzioni dei principali dispositivi mobili (smartphone e tablet).

La coerenza editoriale e contenutistica del sito è garantita dall'adozione (Deliberazione di Giunta Comunale n. 181/2023 ) di Linee Guida per la gestione del sito internet istituzionale indicanti le procedure operative che i Referenti Interni della Comunicazione dell'Ente devono seguire per aggiornare le pagine del sito e gestire i contenuti, in modo da renderli leggibili, uniformi e semplici da cercare.

Riguardo ai contenuti del sito, l'attività futura di progettazione del sito dovrà tener conto dell'adeguamento delle "Schede servizio", nel rispetto delle "Linee guida di design per i siti internet e i servizi digitali della PA". Tali schede devono essere realizzate nel rispetto di un formato standard e costituiscono una guida online, aggiornata e completa di tutti i servizi comunali, digitali e non digitali.

Il sito istituzionale sarà quindi oggetto di continue implementazioni, migliorie e ottimizzazioni per assicurare l'adeguatezza delle informazioni, la coerenza comunicativa, l'usabilità e la navigazione dei cittadini.

## **App del Comune**

Sempre nell'ambito di quanto previsto nel Programma Agenda Urbana del Comune è stata creata e sviluppata una nuova App multiplatforma suddivisa in una sezione istituzionale e in una sezione turistica dalla veste grafica coerente rispetto al sito dell'Ente e integrata con i suoi contenuti.

Consente la possibilità mettere a calendario gli eventi proposti dall'App stessa; inoltre prevede elementi di integrazione con i social network e la possibilità da parte dell'utente registrato di creare i propri itinerari personalizzati e memorizzare le schede degli attrattori in una propria area riservata.

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) e consentendo di accedere in tempo reale a tutte le informazioni relative a uffici comunali, appuntamenti, eventi, mobilità e trasporti, attività del tempo libero, orari e informazioni, servizi, musei, iniziative culturali e altro.

## **Canali YouTube Istituzionali**

Il canale YouTube è un contesto valido per la promozione di eventi o eccellenze territoriali e uno strumento utile per informare il cittadino su contenuti specifici o con complessità tecnica.

Il Comune ha creato diversi canali YouTube dedicati ad ambiti diversi (con relativi utenti e password):

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

Attraverso tali canali viene dato spazio ad approfondimenti informativi specifici, racconti video di iniziative svolte, presentazioni di progetti. YouTube permette quindi di creare contenitori tematici in cui raccogliere contenuti video, facilmente richiamabili all'occorrenza 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 interesse strategico complessivo e di particolare

impatto sulla città. 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 le 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 - adeguato rapporto costo/contatti e costi/benefici.

### **Linea grafica coordinata per i materiali di comunicazione del Comune**

Il Comune di Foligno ha realizzato una linea grafica coordinata da utilizzare negli strumenti di comunicazione tradizionali, come manifesti, volantini, inviti e nei materiali digitali per sito web e social network, con l'obiettivo di rendere la comunicazione istituzionale omogenea e facilmente riconoscibile per il cittadino.

È stato ideato un layout grafico personalizzabile in autonomia nei contenuti (testo e immagini), declinato per diversi temi e formati. Il template si compone del marchio dell'Ente, di una illustrazione stilizzata degli edifici che circondano piazza della Repubblica e del nome del Servizio pertinente rispetto alla comunicazione, contraddistinto ognuno da un colore diverso.

Il template è stato declinato in diversi formati, destinati sia alla stampa (manifesti, volantini, inviti) che alla diffusione digitale (sito, pagina Facebook) per i seguenti servizi e temi: Cultura, Turismo, Sport, Istruzione, Commercio, Mobilità, Sociale, Sicurezza, Ambiente, Avvisi alla cittadinanza.

L'identità visiva di messaggi, informazioni e documenti istituzionali costituisce il presupposto per un'immagine unitaria e riconoscibile dell'Ente e per una comunicazione chiara, coerente e riconducibile al Comune.

### **Canale Social – Pagina Facebook Istituzionale**

I social network costituiscono oggi una fonte primaria di informazioni e notizie, rendendo quindi indispensabile la presenza della pubblica amministrazione in uno spazio con cui i cittadini hanno confidenza e che frequentano abitualmente durante il giorno. Affiancata agli altri strumenti, la pagina Facebook rappresenta così un punto di riferimento per il cittadino che desidera ricevere aggiornamenti sulle iniziative in corso, su avvisi pubblici, servizi e opportunità, segnalazioni utili per i cittadini e allerte meteo.

La comunicazione social, come la comunicazione digitale in genere, diventa strumento strategico per le sue essenziali caratteristiche di velocità, connettività universale, bassi costi ed interattività.

Tra la fine del 2023 e l'inizio del 2024 è stata adottata una gestione interna all'Ente della comunicazione social per dare il via a un processo di consolidamento della presenza del

Comune su Facebook attraverso la pagina <https://www.facebook.com/comunedifoligno/>. È stata potenziata l'attività di aggiornamento dei contenuti, con pubblicazioni più frequenti e continuative, soprattutto in occasione di manifestazioni e progetti particolarmente articolati.

La pubblicazione costante di appuntamenti, servizi, segnalazioni e opportunità offerte ai cittadini ha visto un maggiore coinvolgimento da parte degli utenti. I canali social perseguono infatti un duplice scopo, informativo ed interattivo, e congiuntamente amplificano le notizie riportate sul portale, creando nuovi circuiti di comunicazione con i cittadini.

La gestione della pagina Facebook è orientata a garantire una comunicazione efficace attraverso contenuti visivi chiari ed uno stile sintetico, trasmettendo agli utenti sicurezza ed affidabilità del messaggio, coerente rispetto a tutti gli strumenti di comunicazione e informazione adottati dall'Ente, nel rispetto della privacy.

L'attività di gestione dei social media del Comune è regolato da una *social media policy esterna ed interna*.

L'attivazione di nuove pagine Facebook o di nuovi profili social deve essere valutata e decisa dalla Giunta in modo da evitare il rischio di frammentarietà e moltiplicazione di contenitori e contenuti, valutando se la gestione degli stessi risulti efficace e coerente con gli obiettivi del Comune.

### **Comunicazione telefonica - Centralino automatizzato**

La comunicazione telefonica è un punto di contatto immediato, fondamentale per gli utenti, che consente di stabilire un'interazione rapida e di avere un primo livello di informazioni per chi si rivolge all'Amministrazione.

A fine anno 2023 è stato attivato il servizio di centralino automatizzato del Comune che determinerà un diverso sistema di gestione e smistamento delle chiamate.

Dopo aver composto il numero del centralino del Comune, l'utente riceverà un messaggio del tipo:

*Benvenuti, siete in linea con il Comune di Foligno.  
Per contattare l'Area Segreteria Generale digitare 1;  
per l'Area Polizia Municipale, digitare 2;  
per l'Area Servizi Generali, digitare 3;  
per l'Area Cultura, Turismo e Sport, digitare 4;  
per l'Area Diritti di Cittadinanza, digitare 5;  
per l'Area Servizi Finanziari, digitare 6;  
per l'Area Lavori Pubblici e Servizi Scolastici, digitare 7;  
per l'Area Governo del Territorio, digitare 8;  
per parlare con un'operatore, rimanete in linea.*

Digitando il codice relativo all'Area di interesse, verranno elencati gli Uffici appartenenti all'Area e i singoli numeri interni associati agli uffici.

La pluralità di interni che squilleranno contemporaneamente garantirà la possibilità che la chiamata esterna venga presa in carico dall'Ente.

### **Ulteriori applicativi per l'informazione la trasparenza**

L'**Albo pretorio online** riporta le pubblicazioni di tutti gli atti che richiedono pubblicità legale: deliberazioni, determinazioni, ordinanze, avvisi, bandi, notifiche, pubblicazioni di matrimonio, eccetera. Tramite l'accesso all'albo online, nella sezione del sito dedicata ai servizi online, il cittadino può conoscere atti e provvedimenti del Comune di Foligno e di altri enti pubblici soggetti a tale pubblicazione.

La sezione **Amministrazione trasparente**, prevista per assolvere gli obblighi di pubblicazione previsti dal Decreto Trasparenza e presente nella home page del sito istituzionale, risponde all'esigenza di trasparenza e accessibilità totale ai dati e ai documenti in possesso della pubblica amministrazione.

La pubblicazione dei dati in tale sezione ha lo scopo di:

- tutelare i diritti dei cittadini e di promuovere partecipazione e forme diffuse di controllo sulle attività delle istituzioni e sull'utilizzo delle risorse pubbliche;
- assicurare la conoscenza dei servizi resi, le caratteristiche quantitative e qualitative e le modalità di erogazione;
- prevenire fenomeni di corruzione e promuovere l'integrità;
- sottoporre al controllo diffuso ogni fase del ciclo di gestione della performance per consentirne il miglioramento.

I tempi di pubblicazione degli atti e altri dettagli sono contenuti del Piano della trasparenza.

Con accesso dalla home page del sito istituzionale è possibile seguire la **diretta streaming** o accedere alle registrazioni delle sedute del Consiglio Comunale e delle Commissioni Consiliari e seguire eventi e iniziative organizzati dal Comune.

### **Comunicazione visiva**

Oltre alle più tradizionali forme di comunicazione visiva, realizzate con materiale cartaceo e digitale, il Comune ha installato totem a messaggio variabile, di cui 4 pannelli informativi digitali forniti grazie al Programma Agenda Urbana. Si tratta di strumenti di comunicazione particolarmente efficaci, poiché i pannelli consentono di raggiungere una molteplicità di destinatari in punti cruciali del territorio con un gestionale da remoto che permette aggiornamenti in real-time.

La tipologia di messaggi inviati tramite questi strumenti riguarda informazioni di pubblica utilità e turistiche, notizie sui servizi e sull'offerta culturale attraverso la rotazione di contenuti visivi e testuali. Cittadini e visitatori accedono in diversi punti della città a un servizio disponibile h24, aggiornato, nel rispetto dell'ambiente e delle risorse economiche pubbliche.

Diverse tipologie di totem sono presenti presso l'ufficio Informazioni e Accoglienza Turistica di Foligno - I.A.T. e nuove postazioni sono state introdotte all'Ufficio Relazioni con il Pubblico e all'esterno della stazione ferroviaria, configurando la seguente situazione attuale:

N. totem	Caratteristiche	Posizione
N. 3	3 Totem verticali (di cui 2 touch screen)	IAT di Porta Romana
N. 1	Totem verticale	Ufficio Relazioni con il Pubblico
N. 1	Totem verticale	Stazione ferroviaria
N. 1	Totem orizzontale touch-screen	Museo Trinci
N. 1	Totem orizzontale touch-screen	Parco di Colfiorito (ex casermette)

Fanno parte degli strumenti di comunicazione visiva anche i “pannelli intelligenti” a messaggio variabile installati nell'area urbana storica (n. 22 pannelli dislocati nel territorio comunale), per fornire informazioni sulle limitazioni al traffico, sullo stato di occupazione dei parcheggi pubblici.

Questi pannelli possono essere utilizzati anche per diffondere altre informazioni di natura istituzionale, tra cui eventi, scadenze, informazioni di pubblica utilità e di protezione civile.

### **Rete intranet comunale**

E' la rete informatica utilizzata per gestire l'informazione e la comunicazione interna dell'Ente e presenta le seguenti caratteristiche:

- raggiunge tutti i dipendenti;
- garantisce la riservatezza e la sicurezza dei dati;
- veicola informazioni su tutta la vita dell'organizzazione;
- consente scambi informativi.

La intranet va utilizzata esclusivamente per motivi di servizio e non per comunicazioni di tipo personale non riconducibili all'attività lavorativa, non coerenti con la prestazione lavorativa e non conformi alle norme che disciplinano il lavoro alle dipendenze delle pubbliche amministrazioni.

Integrano tali strumenti:

- la comunicazione di situazioni di emergenza (con particolare attenzione alle allerte naturali o a situazioni di criticità);
- il servizio "Alert System" (sistema di allerta telefonica per comunicazioni di Protezione Civile);

- la realizzazione di materiale audiovisivo e video informativi;
- la realizzazione di materiale tipografico;
- l'inserzione su giornali e riviste;
- la partecipazione a fiere e mostre;
- il servizio di segnalazione guasti.

## 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 2024, i seguenti progetti inseriti nel presente Piano della Comunicazione.

Di ogni progetto viene fornita una scheda che descrive in maniera analitica l'iniziativa di comunicazione prevista.

### **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

**PROTOCOLLO D'INTESA TRA IL COMUNE DI FOLIGNO, L'ORDINE DEI DOTTORI COMMERCIALISTI E DEGLI ESPERTI CONTABILI DELLA PROVINCIA DI PERUGIA E LA FONDAZIONE UMBRIA CONTRO L'USURA ONLUS ETS**

### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

Attraverso la definizione di un protocollo d'intesa con l'Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili della Provincia di Perugia e la Fondazione Umbria contro l'usura Onlus ETS, il Comune di Foligno intende consentire alla propria cittadinanza l'accesso alle procedure di soluzioni della crisi da sovraindebitamento, utilizzando come strumento operativo l'Organismo costituito dall'Ordine.

### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Agevolare e sostenere il cittadino che si trovi in una situazione di eccessivo indebitamento, anche al fine di salvaguardarne la propria dignità personale
- Affiancare il cittadino, qualora necessario, nel processo di reinserimento sociale
- Fornire in maniera snella, celere e professionale una prima informativa di indirizzo su materie di pertinenza della professione di commercialista
- Collaborare nell'attività di promozione e divulgazione del servizio di assistenza al cittadino, anche mediante la partecipazione diretta nell'ambito di eventi informativi pianificati nel territorio

### **REFERENTI INTERNI**

Personale del Servizio Comunicazione e Ufficio Stampa - Unità Operativa Ufficio Relazioni con il Pubblico

## REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Ordine dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili della Provincia di Perugia
- Fondazione Umbria contro l'usura Onlus ETS
- Organismo di composizione della crisi (OCC)

## CONTENUTI

Il personale del Servizio Comunicazione e Ufficio Stampa - Unità Operativa Ufficio Relazioni con il Pubblico svolge un'attività relativa alla gestione dell'agenda delle richieste del cittadino stabilendo un primo contatto con il cittadino istante per quanto concerne la materia del sovraindebitamento e per stabilire, sotto il vincolo di riservatezza, un primo contatto con il soggetto sovraindebitato, secondo le direttive e le indicazioni dell'Organismo di composizione della crisi (OCC).

Con tale progetto il Comune intende diffondere la cultura della legalità creando una sinergia con altri Enti per fornire ai cittadini che si trovano a rischio di usura servizi di informazione negli ambiti relativi alle procedure per la crisi da sovraindebitamento.

## STRUMENTI

### **attività/azioni**

sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa

### **strumenti**

web  
media giornalistici

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: triennale  
Data di avvio: 16 marzo 2023

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

La valutazione del servizio è un report fornito dall'Organismo di composizione della crisi (OCC)

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### **GESTIONE SPERIMENTALE DELLA PAGINA FACEBOOK DEL COMUNE DI FOLIGNO**

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

### **Offrire al cittadino uno strumento di informazione e comunicazione aggiornato e presidiato**

- Lo strumento digitale, unitamente alla natura di social network, consente una interazione immediata e meno formale, oltre a permettere di raggiungere potenzialmente gran parte dei cittadini di Foligno ed eventuali utenti interessati a livello sovracomunale

- La gestione interna della pagina Facebook permette l'aggiornamento tempestivo dei contenuti, una programmazione più uniforme e una comunicazione maggiormente coerente rispetto ai canali di informazione e comunicazione di cui il Comune dispone
- Garantire una linea diretta tra Comune e cittadino, oltre ai canali fisici e digitali già a disposizione: l'Ente sfrutta le potenzialità della pagina Facebook ampliando il bacino di cittadini a cui rivolgersi, il cittadino adotta come punto di riferimento la pagina Facebook istituzionale - social network ampiamente diffuso e frequentato - per mantenersi informato
- Ampliare il bacino di utenti attivando campagne di sponsorizzazione a pagamento in occasione di particolari manifestazioni, mirate per target di riferimento e area geografica di copertura

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Adottare uno stile comunicativo semplice e sintetico, grazie al supporto di contenuti visivi (fotografie, video, emoji) che completano l'informazione scritta
- Accorciare la distanza comunicativa tra Comune e cittadini, grazie alla possibilità per questi ultimi di interagire ed esprimersi direttamente attraverso reazioni, commenti, messaggi privati, nel rispetto della social media policy
- Dedicare spazio alla segnalazione di eventi, manifestazioni culturali e sportive, avvisi di interesse pubblico e allerte meteo, alternando informazioni utili sui servizi attivi, spunti sulle opportunità offerte dalla città

## **REFERENTI INTERNI**

Personale del Servizio Comunicazione e Ufficio stampa  
Personale del Servizio Protezione Civile

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Cittadini  
Tutti i soggetti, pubblici e privati, attivi nel territorio o con cui il Comune di Foligno attiva rapporti istituzionali

## **CONTENUTI**

La gestione della pagina Facebook prevede la predisposizione di un piano editoriale digitale (PED) che garantisca ai cittadini la comunicazione completa e aggiornata di informazioni utili, servizi, avvisi e scadenze, segnalazione di eventi e iniziative culturali. Il PED prevede l'elaborazione di testi semplici e sintetici, uniti a contenuti visivi (immagini e video) che agevolino l'immediata comprensione del messaggio da parte degli utenti.

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

gestione segnalazioni, reclami e richieste  
tramite messaggistica del canale Facebook  
sezione dedicata del portale istituzionale  
campagne di sponsorizzazione (a pagamento)

### **strumenti**

web

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

durata del progetto: 12 mesi  
periodo di realizzazione: gennaio - dicembre 2024

## **BUDGET**

Euro 00/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Dati statistici forniti da Meta (Facebook) sull'andamento del numero di follower della pagina, sul riscontro medio degli utenti rispetto ai post pubblicati e sulla copertura generale della pagina tra gli utenti di Facebook.

Monitoraggio commenti e messaggi da parte degli utenti

Monitoraggio delle campagne sponsorizzate a pagamento

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

**PROMOZIONE ATTIVITA' e SERVIZI OFFERTI NEL MUSEO di PALAZZO TRINCI e NEGLI ALTRI MUSEI CIVICI (MAC, ORATORIO NUNZIATELLA, ORATORIO DEL CROCIFISSO, MUSEO DELLA STAMPA, MUSEO DELLA QUINTANA)**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

Migliorare le strutture e gli spazi culturali in termini di accessibilità e fruibilità, al fine di conseguire una politica di sviluppo culturale e turistico del territorio che intende rafforzare in particolare l'identità di palazzo Trinci quale punto di riferimento culturale della città e punto di aggregazione per le iniziative culturali più significative.

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Promuovere le attività e gli spazi culturali per la valorizzazione del complesso museale della città. Rafforzare l'identità e l'immagine del Museo e dell'Ente.

## **REFERENTI INTERNI**

- Assessorato alla Cultura
- Servizio Musei
- Gestore degli spazi museali dei musei civici
- Ente Giostra per la gestione del Museo della Quintana a palazzo Candiotti

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Cittadini in generale
- Turisti e visitatori museo
- Associazioni, Enti, Istituzioni

## **CONTENUTI**

Promozione e incentivazione all'utilizzo degli spazi espositivi all'interno del percorso museale

Promozione e implementazione della Foligno Card per i residenti

Promozione e programmazione attività didattica

Promozione eventi culturali e visite guidate a tema negli spazi museali

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

comunicati stampa, conferenze stampa  
organizzazione convegni, incontri pubblici  
locandine pubblicitarie  
depliant/brochure informative  
sezione del portale istituzionale dedicata  
distribuzione card Foligno residenti

### **strumenti**

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

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: dodici mesi

Periodo di realizzazione: 2024

## **BUDGET**

Come da impegni già assunti a bilancio e secondo ulteriori disponibilità di bilancio

Attività ricomprese nel contratto con soggetto gestore

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Osservazione diretta del progetto
- Numero eventi / ingressi al museo
- Numero di Card emesse e n. di utilizzi per ingressi nei musei civici
- Numero mostre nel museo
- Numero attività didattiche / numero di partecipanti

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

**PROGETTO REALTA' AUMENTATA "Musei On" – P.S.R. 2014-22**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

Migliorare le strutture e gli spazi culturali in termini di accessibilità e fruibilità. Incentivare ulteriormente la fruizione da parte del pubblico residente e non, e qualificare l'esperienza di visita al museo rafforzando l'identità di palazzo Trinci quale punto di riferimento culturale della città.

Sperimentare nuove metodologie di comunicazione on site e online dei contenuti museali, nonché creare un rapporto di rete collaborativa attivando interconnessioni promozionali.

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Promuovere le attività e gli spazi culturali per la valorizzazione del complesso museale della città. Rafforzare l'identità e l'immagine del Museo e dell'Ente.

## **REFERENTI INTERNI**

- Assessorato alla Cultura

- Servizio Musei
- Gestore degli spazi museali dei musei civici

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Regione Umbria
- Cittadini in generale
- Turisti e visitatori museo

#### CONTENUTI

Acquisizione e collocazione delle attrezzature informatiche e digitali assegnate dalla Regione Umbria all'Ente nei punti informativi individuati nel percorso museale.

#### STRUMENTI

##### *attività/azioni*

comunicati stampa, conferenze stampa

sezione del portale istituzionale dedicata  
realizzazione video

##### *strumenti*

ufficio stampa  
servizio comunicazione  
sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
punti informativi individuati nelle sedi dell'Ente  
(museo e biglietteria)

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: aprile - giugno

Periodo di realizzazione: 2024

#### BUDGET

Gestione Regione Umbria con propri fondi

#### AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero attrezzature collocate
- Realizzazione format

#### PROGETTO DI COMUNICAZIONE

**MOSTRA DEI DISEGNI DELL'ARCHITETTO GIUSEPPE PIERMARINI A PALAZZO REALE DI MILANO PROMOSSA DAL COMUNE DI MILANO**

#### OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Diffondere la conoscenza dell'architetto folignate e promuovere il patrimonio culturale del territorio di Foligno in uno scenario artistico nazionale ed internazionale in occasione della 23^ Assemblea generale dei 32 membri del network dei Palazzi Reali d'Europa che si terrà a Milano il 5-7 giugno 2024.

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Promuovere la figura dell'architetto Giuseppe Piermarini. Rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente custode e depositario del fondo del "Piermarini" presso la biblioteca comunale "Dante Alighieri" che conserva i 647 disegni dell'architetto folignate.

## **REFERENTI INTERNI**

- Assessorato alla Cultura
- Servizio Musei

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Fondazione Cassa di Risparmio di Foligno
- Comune di Milano
- Cittadini, turisti e visitatori

## **CONTENUTI**

Concessione prestito disegni del Piermarini  
Realizzazione mostra a palazzo Reale di Milano

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

comunicati stampa, conferenze stampa

brochure informative, locandine pubblicitarie  
campagna stampa sui media locali e nazionali  
sezione del portale istituzionale dedicata

### **strumenti**

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

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: aprile - settembre  
Periodo di realizzazione: 2024

## **BUDGET**

Finanziamento Fondazione Cassa di Risparmio di Foligno  
Spazi espositivi Comune di Milano

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Osservazione diretta del progetto  
Numero visitatori mostra

## **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
- 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**

Le varie iniziative offrono musica, arte, spettacolo, letteratura etc; creare un'offerta di spettacoli gratuiti per il pubblico e allo stesso tempo offrono uno spazio espressivo agli artisti. Promuovono inoltre l'immagine della città per i cittadini e i turisti.

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
campagna stampa sui media locali (a pagamento)  
ascolto e gestione reclami, segnalazioni  
realizzazione video

### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
  
comunicati stampa, conferenze stampa  
  
web - App - telefono  
service video

### **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto 4 mesi

Periodo di realizzazione presumibilmente dal 13 luglio al 26 agosto 2024

### **BUDGET**

Euro 2.500/00

### **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Osservazione diretta del progetto

Numero di prenotati agli eventi

### **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

#### **SEGNI 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 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  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
campagna stampa sui media locali (a pagamento)  
ascolto e gestione reclami, segnalazioni  
realizzazione video

### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
  
web  
  
media giornalistici  
web - App – telefono  
service video

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto 4 mesi

Periodo di realizzazione presumibilmente dal 27 agosto al 9 settembre 2024

## **BUDGET**

Euro 16.350/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Osservazione diretta del progetto  
Numero di partecipanti agli eventi  
Riscontro tramite studiosi e artisti partecipanti

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **GIORNATE DANTESCHE**

## **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 culturale 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 e di letteratura e italianistica  
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 culturale di Foligno verso i cittadini e verso il pubblico esterno alla città

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

manifesti e affissioni a Foligno, Perugia, Assisi, Terni  
giornata dedicata al tema  
sezione del portale istituzionale dedicata  
comunicati stampa, conferenze stampa  
brochure informative  
pubblicità su testate online e carta

### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente + supporto agenzia  
organizzazione di un evento  
web  
ufficio stampa - servizio comunicazione  
agenzia esterna

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 2 mesi  
Periodo di realizzazione: 25 marzo - 10 aprile 2024

## BUDGET

Euro 11.360/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Osservazione diretta del progetto  
Numero di prenotazioni online  
Numero di partecipanti agli eventi

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### SUPPORTO COMUNICATIVO ALLA RIAPERTURA CORTILE PALAZZO DELI

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Fare in modo che gli utenti utilizzino abitualmente il nuovo accesso della Biblioteca ragazzi, passando dal cortile rinascimentale
- Far conoscere a cittadini e turisti il cortile storico di elevato valore artistico

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Valorizzare il patrimonio storico artistico di Foligno
- Diffondere la conoscenza della Biblioteca ragazzi, del suo patrimonio e di tutto Palazzo Deli
- Promuovere l'immagine culturale di Foligno verso i cittadini e verso i turisti

## REFERENTI INTERNI

Servizio Biblioteca  
Assessorato alla Cultura

## REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini  
Turisti

## CONTENUTI

- Nuovo accesso monumentale per la Biblioteca ragazzi
- Conoscenza di un palazzo rinascimentale e di un cortile storico prezioso
- immagine culturale di Foligno verso i cittadini e verso il pubblico esterno alla città

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

eventi culturali in cortile  
visite guidate a scuole e cittadini  
segnaletica

### *strumenti*

risorse interne, del soggetto gestore e di associazioni e scuole del territorio  
risorse interne, del soggetto gestore e di associazioni e scuole del territorio  
sedi e supporti di proprietà dell'ente

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 12 mesi  
Periodo di realizzazione: gennaio - dicembre 2024

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Osservazione diretta  
Riscontri sulla stampa e sui media in generale compresi i commenti sui canali social

## **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, raggiungere nuovi pubblici, nazionali e internazionali, promuovere l'immagine turistica e gli eventi principali della Città; creare e posizionare il brand turistico della città.

## **REFERENTI INTERNI**

- Dipendenti Elisa Piselli e Annalisa Mirabile
- Collaboratori: azienda Eikon, affidataria del servizio

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

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

## **CONTENUTI**

Far conoscere e valorizzare gli attrattori culturali e naturali, itinerari, eventi, tradizioni della città.

## **STRUMENTI**

### ***attività/azioni***

pubblicazione post e campagne di sponsorizzazione  
creazione del marchio turistico della città

### ***strumenti***

pagine facebook e instagram Visit Foligno  
logo Visit Foligno

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: intero anno 2023

## **BUDGET**

Euro: 3.600/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Report campagne sponsorizzazione e numero di persone che seguono le pagine

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **PROMOZIONE DELLE GUIDE DIGITALI TEMATICHE VISIT FOLIGNO**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

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

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Far conoscere ed utilizzare le nuove guide tematiche digitali Visit Foligno quale strumento di promozione territoriale e strumento per la fruizione turistica della città.

## **REFERENTI INTERNI**

Dipendenti: Elisa Piselli, Annalisa Mirabile, Paolo Tomassini

Collaboratori: addetti front office ufficio del turismo (Coopculture affidataria dell'appalto di servizio)

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

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

## **CONTENUTI**

Promuovere uno strumento aggiornato sia dal punto di vista dei contenuti che da quello dell'usabilità, sia per la promozione che per la fruizione turistica in loco della città e del suo territorio.

## **STRUMENTI**

### ***attività/azioni***

pubblicazione post e campagne di sponsorizzazione  
promozione diretta presso gli utenti

acquisto spazi promozionali

### ***strumenti***

pagine facebook e instagram Visit Foligno  
addetti al front office dei tre uffici informazioni turistiche della città di Foligno; espositori con copie cartacee delle guide, infografica italiano/inglese e distribuzione cartoline turistiche con qr code per scaricare le guide (già esistenti)  
acquisto spazio per inserzioni on line e/o off line

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: intero anno 2024

## **BUDGET**

Euro: 1.000/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Questionario sull'utilizzo e sul gradimento delle guide, da distribuire presso gli info point

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **CAMPAGNA PROMOZIONALE NATALE**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, promuovere le iniziative inerenti il periodo natalizio, favorire e destagionalizzare i flussi turistici.

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, far conoscere le tante attività che vengono realizzate a Foligno nel periodo natalizio.

## **REFERENTI INTERNI**

Dipendenti: Elisa Piselli e Annalisa Mirabile

Collaboratori: azienda Eikon, affidataria del servizio di gestione pagine social visit foligno

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

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

## **CONTENUTI**

Iniziative programma natalizio direttamente organizzate e patrocinate.

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

comunicati stampa

post pagina social

manifesti

eventuale acquisto spazi promozionali

### **strumenti**

ufficio stampa

pagina facebook

circuito affissioni comunale

acquisto spazio per inserzioni on line e/o off line

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: un mese

Periodo di realizzazione: dicembre 2024

## **BUDGET**

Euro: da definire

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Da definire

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **ATTIVITA' DI PROMOZIONE DI RASIGLIA NELL'AMBITO DELLE ATTIVITA' DELL'ASSOCIAZIONE I BORCHI PIU' BELLI D'ITALIA**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, sfruttare le varie opportunità di promozione turistica offerte dall'adesione di Rasiglia all'Associazione I borghi più belli d'Italia.

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, raggiungere nuovi pubblici, nazionali e internazionali, promuovere un turismo lento e di qualità; promuovere un turismo di maggior durata, che non si limiti ad una visita mordi e fuggi del borgo di Rasiglia ma possa soffermarsi anche sul centro storico cittadino a sugli altri borghi e aree naturali del territorio comunale.

## **REFERENTI INTERNI**

Dipendenti Elisa Piselli e Annalisa Mirabile

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

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

## **CONTENUTI**

Far conoscere e valorizzare gli attrattori culturali e naturali, itinerari, eventi, tradizioni del borgo di Rasiglia e con esso della città tutta.

## **STRUMENTI**

### ***attività/azioni***

acquisto spazi promozionali  
partecipazione ad eventi ed azioni promozionali organizzati dall'Associazione Borghi più belli d'Italia

### ***strumenti***

acquisto spazio redazionale rivista Borghi magazine  
da definire

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: intero anno 2024

## **BUDGET**

Euro: € 4.000/00 circa

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Da definire

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### GIRO D'ITALIA 2024 – FOLIGNO “CITTA' DI TAPPA”

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Promuovere l'iniziativa del Giro D'Italia ed il coinvolgimento del Comune come città di tappa
- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente quale promotore di di eventi sportivi
- Dare visibilità alle bellezze culturali e naturali del Comune e rafforzarne l'immagine come città viva e attrattiva

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Curare e rafforzare l'immagine dell'Ente quale città di tappa del Giro d'Italia
- Garantire visibilità e conoscenza delle attività collaterali al Giro d'Italia coordinate dall'Ente
- Promuovere l'evento attraverso i media locali
- Comunicare e promuovere le realtà territoriali, gli attrattori turistici e culturali in occasione della realizzazione di prodotti cartacei e digitali organizzati da RCS
- Promuovere presso il grande pubblico l'immagine turistica della città

## REFERENTI INTERNI

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

Promuovere l'evento sui media, sul sito istituzionale e sulla pagina facebook del Comune  
Dare risalto a tutte le attività collaterali al Giro d'Italia coordinate dal Comune  
Redigere un programma dei vari eventi e delle varie collaborazioni per la loro realizzazione  
Fornire supporto a RCS per la realizzazione di prodotti digitali e cartacei inerenti la Città

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

comunicati stampa  
supporto per riprese “video cartolina” curate da RCS  
supporto per realizzazione format “Giro express”

presenza sui social dell'Ente  
presenza su sito istituzionale

### *strumenti*

ufficio stampa  
video  
video story telling alla scoperta della città (luoghi, personaggi, tradizioni)  
fb  
web

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: aprile - maggio 2024  
Periodo di realizzazione: aprile - maggio 2024

**BUDGET**

Da definire

**AZIONI DI MONITORAGGIO**

Non previste

**PROGETTO DI COMUNICAZIONE****FESTA DELLO SPORT 2024****OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Creazione e consolidamento di un evento simbolo rappresentativo del mondo sportivo folignate
- Accentrare l'attenzione della città intorno all'importanza dello sport e della pratica sportiva offrendo alla stessa una panoramica delle attività presenti in città
- Promuovere lo sport e i suoi valori

**OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Informare la cittadinanza sulle iniziative messe a programma per la festa dello sport (usualmente n. 2: Premiazioni Giglio d'oro allo sport e Notte Bianca dello Sport)
- Informare la cittadinanza sull'organizzazione della Festa dello Sport e sulla presenza delle associazioni e attività sportive incluse
- Dare risalto all'iniziativa quale manifestazione identitaria della città

**REFERENTI INTERNI**

Servizio Sport (Giovanni Teti, Eleonora Peruccacci, Alberto Sterlini) e Servizio Comunicazione (Antonella Vitali, Romani Carloni, Carolina Moriggia)  
Consulta comunale per lo sport (Pres. Alberto Stefanecchia)

**REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Associazioni sportive del territorio, enti di promozione sportiva, federazioni sportive, atleti e mondo sportivo in generale, scuole e istituzioni scolastiche, media locali e sportivi

**CONTENUTI**

Iniziative a programma e loro organizzazione  
Discipline sportive presenti e associazioni di riferimento  
Atleti/e premiati/e  
Valori di riferimento dello sport

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
giornata dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa

### *strumenti*

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

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 45 gg

Periodo di realizzazione: 1 settembre 2024 - 15 ottobre 2024

## BUDGET

Euro 3.000/00 - 4.000/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### IN GIRO AL CENTRO DEL MONDO

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Promuovere un programma di iniziative proposte dal mondo associativo folignate aventi a tema il ciclismo da svolgersi nel periodo dal 20 aprile al 10 maggio 2024
- Richiamare l'attenzione sul grande evento sportivo del Giro d'Italia stimolando la partecipazione della cittadinanza e l'implementazione dei flussi turistici in occasione del Giro
- Rafforzare l'immagine di Foligno quale città ciclistica, ciclabile e sostenibile

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Rendere noto al pubblico il programma delle iniziative componenti il palinsesto dell'iniziativa "In Giro al Centro del Mondo"
- Creare attesa e curiosità nei confronti della giornata di svolgimento della 7° tappa del Giro d'Italia che si porrà quale evento principale e culminate delle iniziative messe a programma
- Veicolare messaggi di promozione del ciclismo ed in generale delle due ruote quale mezzo di trasporto sostenibile e del suo forte connubio con la città di Foligno

## REFERENTI INTERNI

Gruppo comunicazione e promozione Comitato di Tappa approvato con DGC n° 23 del 15/01/2024 composto da: Antonella Vitali, Carolina Moriggia, Eleonora Peruccacci, Alberto Sterlini, Annalisa Mirabile e Gloria Panfilì (esterna)

Francesca Rossi, Giovanni Teti

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini, associazioni sportive ciclistiche ed associazioni culturali attive in temi affini e collegati alla bicicletta ed alla sostenibilità, potenziali turisti (per lo più turismo di prossimità), esercizi commerciali e media locali e delle regioni limitrofe
- Enti pubblici di sicurezza, federazioni sportive ed enti di promozione sportiva ciclistica

#### CONTENUTI

Programma e contenuto iniziative  
Notizia di Foligno quale sede di partenza della 7° tappa del Giro d'Italia  
Attrattori turistici della città di Foligno collegati alle iniziative  
Valori dello Sport, del Ciclismo e della mobilità sostenibile  
Immagine di Foligno quale città bike-friendly

#### STRUMENTI

##### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
brochure informative  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione del portale istituzionale dedicata  
comunicati stampa, conferenze stampa  
campagna stampa sui media locali (a pagamento)

##### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
sedi e supporti di proprietà dell'ente  
sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
ufficio stampa  
media giornalistici

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 40 gg  
Periodo di realizzazione: 01/04/2024 - 10/05/2024

#### BUDGET

Euro 3.000/00 - 4.000/00

#### AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

#### PROGETTO DI COMUNICAZIONE

**GIORNATA MONDIALE DELLE ZONE UMIDE E INAUGURAZIONE MOSTRA FOTOGRAFICA  
"L'IMPORTANZA INCOMMENSURABILE DELLA BIODIVERSITÀ"**

#### OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente  
Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta  
Valorizzare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito

Informare e coinvolgere la comunità locale  
Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni

### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta e della Palude, Zona Speciale di Conservazione
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio

### **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

### **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Popolazione locale
- Esperti, studiosi e interessati
- Istituti scolastici

### **CONTENUTI**

A cura dell'Università degli Studi di Perugia e LIPU Umbria.  
Workshop per presentare le caratteristiche del Progetto Life IMAGINE UMBRIA ([www.lifeimage.eu](http://www.lifeimage.eu)) destinato al recupero dell'area umida della Palude di Colfiorito –Habitat 7230 Direttiva Europea.  
Verranno inoltre illustrate le opportunità di sostegno agli interventi di Buone Pratiche Agricole che contribuiscono alla salvaguardia della zona umida. Dopo il seminario seguirà l'inaugurazione della mostra fotografica degli autori Alfiero Pepponi e Massimo Greco.

### **STRUMENTI**

#### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
giornata dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

#### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
media giornalistici

### **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Seminario  
Durata del progetto: 3 febbraio 2024  
Periodo di realizzazione: dalle ore 9:00 alle 13:00  
Mostra fotografica: dal 03.02.2024 al 31.03.2024

## **BUDGET**

Euro 00/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Analisi risultati del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **I LEPIDOTTERI DELL'AREA DI COLFIORITO**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta
- Valorizzare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere la comunità locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta della palude, Zona Speciale di Conservazione
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Stimolare la partecipazione della popolazione

## **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Popolazione locale
- Esperti, studiosi e interessati
- Istituti scolastici

## **CONTENUTI**

A cura di LIPU Umbria con la collaborazione degli esperti Lepidotterologo Zerun Zeronian e il Geologo Dott. Gianluca Bencivenga.  
Presentazione dello studio "I lepidotteri dell'area di Colfiorito" a cura di alcuni degli autori dell'articolo pubblicato sul Bollettino dell'Associazione Romana di Entomologia

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 16 marzo 2024

Periodo di realizzazione: dalle ore 16:00 alle 18:30

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

- Analisi risultati del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

**OLTRE L'IMMAGINARIO. OMERO SAVINA E LA VIA LAURETANA 10 ANNI DOPO**

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito astronomico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per i turisti e per la popolazione locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Promuovere la conoscenza del territorio montano
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per i turisti e per la popolazione locale
- Valorizzare gli itinerari tematici e spirituali che attraversano il territorio comunale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi

## REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa
- Servizio Polizia municipale

## REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini
- Turismo locale e regionale
- Escursionisti

## CONTENUTI

A cura dell'Associazione Valle Umbra Trekking FIE nel contesto del Festival di Scienza e Filosofia. Iniziative in ricordo di Omero Savina, socio fondatore della Valle Umbra Trekking FIE ed esperto escursionista. Il programma prevede:

**Sabato 13 Aprile ore 17:00** presso la ex Chiesa della SS. Annunziata: Ricordi e approfondimenti sulla via Lauretana e sul valore che i cammini stanno sempre più acquisendo. Intervengono il Presidente nazionale della Federazione Italiana Escursionismo l'architetto Chiara Serenelli, coautrice delle guide sulla Via Lauretana ed esperta paesaggista, e Paolo Piacentini, autore letterario

**Domenica 14 Aprile ore 08:30** visita all'Archivio di Stato Sezione di Foligno per consultare le antiche mappe e i documenti che riconducono allo spirito dei pellegrini del '400. A seguire percorso della via Lauretana nel tratto da Foligno a Pale

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
media giornalistici

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 13 e 14 aprile 2024

Periodo di realizzazione:

13 aprile 2024 dalle 17:00

14 aprile 2024 dalle 8:30

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Numero di partecipanti all'evento

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **'FESTA DEI BOSCHI 2024'**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere la comunità locale
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta della palude, Zona Speciale di Conservazione
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Diffondere il progetto Nati per Leggere destinato ai bambini 0-6 anni
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

## **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa
- Personale CoopCulture
- Biblioteca comunale

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Popolazione locale
- Cittadini e turisti
- Famiglie con bambini
- Appassionati naturalisti
- Associazioni coinvolte
- Media

## **CONTENUTI**

Iniziativa organizzata dal Servizio Parco di Colfiorito e promossa dalla Regione Umbria in collaborazione con il FAI Bosco di San Francesco di Assisi.

Proposte culturali volte a sottolineare il valore dei boschi e della tutela e del rispetto per la Natura dedicate alle famiglie e a tutti coloro che riconoscono le opportunità di benessere, fisico e sociale, offerte dalle esperienze outdoor a stretto contatto con gli alberi e i boschi. Un'occasione per conoscere

e capire l'incommensurabile valore della biodiversità presente nel Parco di Colfiorito e degli aspetti ambientali e storici caratteristici dell'area degli Altopiani, anche grazie alla visita dei 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. Verrà promossa una fruizione del territorio ispirata all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale.

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
giornata dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
media giornalistici

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: 21 aprile 2024

Periodo di realizzazione: dalle ore 10:00 alle 19:00

## **BUDGET**

Euro 00/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **SERATA DI ASTRONOMIA**

## **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere e valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito astronomico
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini e turisti
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento

## **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Promuovere la conoscenza del territorio montano del Parco di Colfiorito nel rispetto dell'ambiente

naturale

- Divulgare l'importanza naturalistica, storica-archeologica e scientifica del Parco di Colfiorito
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco in orario notturno
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale

#### REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Cittadini e turisti  
Astrofilii  
Associazioni culturale  
Media

#### CONTENUTI

A cura dell'Associazione Astronomica Antares Foligno  
Attività di osservazione e lettura del cielo estivo presso Area parco di Colfiorito

#### STRUMENTI

##### *attività/azioni*

realizzazione locandine promozionali  
invio depliant informativo  
portale Parks.it  
organizzazione giornata dedicata al tema  
sezione del portale istituzionale dedicata  
comunicati stampa  
seminario/conferenza

##### *strumenti*

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

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 28 giugno 2024  
Periodo di realizzazione: dalle ore 21:00 alle ore 24:00

#### BUDGET

Euro 00/00

#### AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### MOSTRA FOTOGRAFICA

#### OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente  
Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta  
Valorizzare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito  
Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco  
Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie  
Favorire e consolidare le collaborazioni con Associazioni

#### OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta e della Palude
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio

#### REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Popolazione locale, cittadini, turisti e appassionati naturalistici
- Esperti, studiosi e interessati

#### CONTENUTI

A cura del Servizio Parco Colfiorito  
Inaugurazione mostra fotografica temporanea a tema naturalistico

#### STRUMENTI

##### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
giornata dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

##### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web  
media giornalistici

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: luglio - agosto 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: luglio - agosto 2024 (in corso di definizione)

**BUDGET**

Euro 00/00

**AZIONI DI MONITORAGGIO**

Numero di visitatori

**PROGETTO DI COMUNICAZIONE****CONOSCIA-AMO LE LIBELLULE****OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere e valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito naturalistico e in particolare degli esemplari di libellule presenti nell'area protetta
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Promuovere il rispetto e la piena responsabilità verso il patrimonio naturale
- Sensibilizzare e educare la popolazione sulle tematiche della conservazione della biodiversità e degli habitat

**OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Promuovere la conoscenza dell'ambiente e della natura del Parco di Colfiorito focalizzando l'attenzione alla sensibilizzazione e all'educazione della popolazione sulle tematiche della conservazione delle libellule e dei loro habitat
- Promuovere la conoscenza del territorio montano del Parco di Colfiorito nel rispetto dell'ambiente naturale attraverso la visita del Museo naturalistico
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale

**REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

**REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Cittadini e turisti, Famiglie con bambini  
Studiosi e Naturalisti  
Appassionati e curiosi  
Media

## CONTENUTI

Iniziativa organizzata dalla Società Italiana per lo studio e la conservazione delle libellule OdV  
Iniziativa di natura scientifico-divulgativo con esperti del mondo delle libellule

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine promozionali  
invio depliant informativo  
portale Parks.it  
organizzazione giornata dedicata al tema  
sezione del portale istituzionale dedicata  
comunicati stampa

### *strumenti*

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

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: agosto 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: date da definire

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### CONCORSO FOTOGRAFICO 'IMMAGINA LA NATURA' IV EDIZIONE

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere gli studenti del territorio
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta
- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio

- Coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

#### REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa
- Dirigente dell'Area

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Fotografi amatoriali e professionisti
- Studenti del Comune
- cittadini e famiglie con bambini
- appassionati naturalisti
- Associazioni del settore
- Media

#### CONTENUTI

Iniziativa organizzata dal servizio Parco di Colfiorito su proposta di Lipu Umbria OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato

Giunto alla sua III edizione questo concorso di fotografia naturalistica e naturalistica/architettonica è dedicato alla rappresentazione della natura nel territorio di Foligno, sia in area urbana che extra urbana. Questa edizione 2024/2025 sarà rivolta oltre che alle scuole, di ogni ordine e grado del territorio, ai soggetti privati. La conclusione del concorso prevede una premiazione e una mostra espositiva del materiale fotografico prodotto.

#### STRUMENTI

##### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
 invio depliant informativo  
 brochure informative  
 esposizione materiale informativo  
 organizzazione mostra  
 giornata dedicata al tema  
 sezione dedicata del portale istituzionale  
 comunicati stampa, conferenze stampa  
 esposizione materiale informativo  
 portale Parks.it

##### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
 web - telefono  
 media giornalistici  
 servizio comunicazione  
 organizzazione evento  
 ufficio stampa

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: pubblicazione bando agosto 2024

Periodo di realizzazione: agosto 2024 - aprile 2025

#### BUDGET

Euro: importo da definire

#### **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Numero studenti coinvolti nel progetto
- Numero di partecipanti al concorso

#### **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

##### **CONCERTI IN NATURA**

#### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere e valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Adesione ad una iniziativa promossa a carattere regionale che coniuga perfettamente la natura con l'arte
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini e turisti
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento

#### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Promuovere la conoscenza del territorio montano del Parco di Colfiorito nel rispetto dell'ambiente naturale attraverso la visita del Museo naturalistico
- Divulgare l'importanza naturalistica, storica-archeologica e scientifica del Parco di Colfiorito
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi
- Stimolare la partecipazione della popolazione locale

#### **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

#### **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Cittadini e turisti  
Amanti della musica  
Associazioni culturale  
Media

#### **CONTENUTI**

Iniziativa organizzata dall'Associazione UmbriaEnsemble  
Iniziativa di natura culturale abbinata alla promozione del Parco: concerto ispirato alla natura con musicisti internazionali

## **STRUMENTI**

### **attività/azioni**

realizzazione locandine promozionali  
invio depliant informativo  
portale Parks.it  
organizzazione giornata dedicata al tema  
sezione del portale istituzionale dedicata  
comunicati stampa

### **strumenti**

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

## **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: ottobre 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: dalle ore 17:00 alle 20:00

## **BUDGET**

Euro 00/00

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Osservazione diretta del progetto
- Numero di partecipanti all'evento

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **GIORNATA ECOLOGICA - 'PULIAMO IL PARCO'**

### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Sensibilizzare i cittadini sui temi ambientali, ecologici e sull'importanza e corretta gestione del ciclo dei rifiuti
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere i cittadini e la popolazione locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con le Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Offrire ai cittadini iniziative di riflessione sull'importanza della corretta gestione dei rifiuti
- Promuovere occasioni di rilevante valore educativo e contemporanea conoscenza e fruizione del territorio alle famiglie
- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta
- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali

- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

#### REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

#### REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini e famiglie con bambini
- volontari
- Associazioni del settore
- Media

#### CONTENUTI

Iniziativa organizzata dal Circolo Legambiente Foligno Valli del Topino  
Iniziativa incentrata sui temi dell'ecologia e finalizzata alla sensibilizzazione ambientale dei cittadini

#### STRUMENTI

##### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
portale Parks.it  
esposizione materiale informativo  
giornata dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
organizzazione evento

##### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web - telefono  
media giornalistici  
ufficio stampa  
servizio comunicazione

#### TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: settembre 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: mattina o pomeriggio (in corso di definizione)

#### BUDGET

Euro 00/00

#### AZIONI DI MONITORAGGIO

- Numero di partecipanti alla giornata
- Numero attività realizzate

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **LE GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING**

#### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere la popolazione locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

#### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Aderire a iniziative promosse a livello europeo
- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta
- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

#### **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa
- Dirigente dell'Area

#### **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Fotografi naturalisti, Birdwatchers
- Cittadini e turisti
- Studenti del Comune
- cittadini e famiglie con bambini
- appassionati naturalisti
- Associazioni del settore
- Media

#### **CONTENUTI**

Organizzato da Lipu Umbria OdV - Lega Italiana Protezione Uccelli Organizzazione di volontariato.  
Due giornate dedicate all'osservazione naturalistica degli uccelli e alla raccolta dei dati per il censimento europeo degli uccelli selvatici presso il Parco di Colfiorito.

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
esposizione materiale informativo  
organizzazione mostra  
giornate dedicata al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
esposizione materiale informativo  
portale Parks.it

### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web - telefono  
media giornalistici  
servizio comunicazione  
organizzazione evento  
ufficio stampa

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: n. 2 giorni (weekend) nel mese di ottobre 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: dalle ore 9:00 alle ore 13:00

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Numero di partecipanti alle giornate

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### EVENTI NATALE 2024

### OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta
- Promuovere la conoscenza scientifica che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere la popolazione locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento
- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito

### OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta
- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio
- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività

## REFERENTI INTERNI

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

## REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

- Cittadini e turisti
- Associazioni coinvolte
- Media

## CONTENUTI

Servizio Parco di Colfiorito in collaborazione con vari soggetti associativi del territorio  
Iniziative di vario genere da proporre durante il periodo natalizio (escursioni, laboratori, seminari, etc)

## STRUMENTI

### *attività/azioni*

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
portale Parks.it

### *strumenti*

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
web - telefono  
media giornalistici  
organizzazione evento

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: dicembre 2024 (in corso di definizione)  
Periodo di realizzazione: in corso di definizione

## BUDGET

Euro 00/00

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Numero di partecipanti all'evento

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### CALENDARIO DEL PARCO DI COLFIORITO 2025

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente
- Comunicare l'immagine del Parco
- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta

- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito
- Informare e coinvolgere la popolazione locale
- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni
- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento

### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta
- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali
- Diffondere l'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio
- Coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali
- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio

### **REFERENTI INTERNI**

- Personale Servizio Parco di Colfiorito
- Servizio Comunicazione e Ufficio stampa

### **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

- Fotografi naturalisti, Birdwatchers
- Cittadini e turisti
- Studenti del Comune
- appassionati naturalisti
- Associazioni del settore
- Media

### **CONTENUTI**

A cura del Servizio Parco Colfiorito  
Realizzazione del Calendario 2025 del Parco di Colfiorito, da distribuire gratuitamente in tiratura limitata

### **STRUMENTI**

#### **attività/azioni**

invio depliant informativo  
esposizione materiale informativo  
organizzazione mostra  
giornate dedicate al tema  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
esposizione materiale informativo  
portale Parks.it

#### **strumenti**

web – telefono  
servizio comunicazione  
organizzazione evento  
ufficio stampa

### **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

Durata del progetto: stampa entro fine dicembre 2024  
Periodo di realizzazione: gennaio - dicembre 2024

## **BUDGET**

Euro: importo da definire in seguito all'acquisizione dei preventivi

## **AZIONI DI MONITORAGGIO**

Non previste

## **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

### **REALIZZAZIONE SALA D'ATTESA PER GLI UTENTI DEL SERVIZIO ANAGRAFE**

#### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Miglioramento della gestione dell'utenza, salvaguardando al massimo i dati sensibili per la riservatezza dell'informazione.
- Miglioramento della gestione del lavoro dei dipendenti, grazie all'installazione del totem touch e alla disposizione strategica della sala d'attesa per i cittadini e della sala adiacente con le postazioni di front office.
- Maggior vigilanza e sicurezza, grazie al servizio di portierato.

#### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Migliorare l'accoglienza
- Garantire una migliore informazione sui servizi
- Facilitare il cittadino nella selezione autonoma del servizio desiderato, tramite il totem touch

## **REFERENTI INTERNI**

- E.Q. Salvucci
- Responsabile del Servizio Sportello Unico Integrato: Briganti
- Back office Anagrafe : Ciancaleoni, Persiani, Antonini, Cimorelli
- Front office Anagrafe: Annibali, Gammarota, Catanesi, Fratarcangeli

## **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Cittadini

## **CONTENUTI**

Avvicinare il cittadino all'informatizzazione rendendolo più autonomo nell'utilizzo dei servizi forniti dall'Ente, nell'ambito della nuova normativa di collaborazione tra Enti della pubblica amministrazione.

## **STRUMENTI**

*attività/azioni*  
comunicati stampa, conferenze stampa

*strumenti*  
media giornalistici

#### **TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI**

- Durata del progetto: il progetto è iniziato nel 2018 ma è stato sospeso a causa Covid fino al 2022
- Periodo di realizzazione: 2023. Apertura 21 giugno 2023

#### **BUDGET**

Euro 00/00

#### **AZIONI DI MONITORAGGIO**

- Osservazione diretta del progetto
- Soddisfazione dell'utenza

#### **PROGETTO DI COMUNICAZIONE**

**POR-FESR 2014-2020 - Agenda Urbana**

#### **OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE**

- Realizzazione degli interventi previsti dalla programmazione di Agenda Urbana 2014-2020
- Investimento dell'intero Budget assegnato dalla Regione Umbria per € 5.572,221,40
- Conclusione degli interventi e rendicontazione delle spese sostenute entro il 31-12-2023

#### **OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)**

- Rappresentare alla cittadinanza quanto realizzato con i fondi Agenda Urbana- POR-FESR 2014-2020
- Coinvolgere la cittadinanza nei processi di realizzazione degli interventi
- Offrire al pubblico la visione d'insieme di una Città migliorata in termini di fruizione e vivibilità

#### **REFERENTI INTERNI**

Francesca Rossi in qualità di Coordinatrice di Agenda Urbana – Cabina di Regia  
Martina Del Buono in qualità di Referente – Cabina di Regia  
Stefania Santopaolo supporto tecnico – Cabina di Regia  
Antonella Vitali responsabile della Comunicazione  
Carolina Moriggia  
Romano Carloni

#### **REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)**

Regione Umbria  
Dott. Marco Betti – Consulente tecnico-finanziario

## CONTENUTI

Il programma di Agenda Urbana del Comune di Foligno è stato predisposto per rendere la città sempre più a misura di cittadino attraverso la realizzazione di interventi racchiusi in tre macro aree: l'Agenda Digitale per migliorare la qualità dei servizi digitali fruiti dai cittadini; la realizzazione di una mobilità sostenibile e il risparmio energetico in coerenza con l'indirizzo europeo dell'ecosostenibilità; la tutela e la valorizzazione del patrimonio culturale per restituire alla città e alla cittadinanza lo spessore storico-artistico dovuto. Il lavoro si è concluso in data 12 marzo 2024 con la presentazione alla cittadinanza intervenuta e alla stampa, presso l'Auditorium Santa Caterina, di un video illustrativo degli interventi compiuti e la distribuzione di opuscoli illustrativi e gadget a tema.

## STRUMENTI

### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
brochure informative  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
realizzazione video

### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
sedi e supporti di proprietà dell'Ente  
sedi e supporti di proprietà dell'Ente  
web  
media giornalistici  
service video

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto: 02-01-2024/12-03-2024

Periodo di realizzazione: 2 mesi

## BUDGET

Euro 8.405/80

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Non previste

## PROGETTO DI COMUNICAZIONE

**POR-FESR 2021-2027 - Agenda Urbana**

## OBIETTIVI STRATEGICI DELL'ENTE

- Pianificazione del nuovo Programma di Sviluppo Urbano Sostenibile (PSUS) per offrire un sistema integrato di azioni e interventi volti ad innalzare la qualità dell'abitare
- Investimento dell'intero Budget assegnato dalla Regione Umbria per € 8.608.963,00
- Redazione del nuovo ciclo programmatario e sottoscrizione della convenzione con la Regione Umbria entro il 31-12-2024

## OBIETTIVI COMUNICAZIONALI (OBIETTIVI STRATEGICI DI COMUNICAZIONE)

- Rappresentare alla cittadinanza quanto si intende realizzare con i fondi Agenda Urbana - PR-FESR 2021-2027
- Coinvolgere la cittadinanza nei processi di programmazione degli interventi
- Offrire al pubblico la visione d'insieme di una Città migliorabile in termini di fruizione e vivibilità

## REFERENTI INTERNI

Francesca Rossi in qualità di Coordinatrice di Agenda Urbana – Cabina di Regia  
Martina Del Buono in qualità di Referente – Cabina di Regia  
Stefania Santopaolo supporto tecnico – Cabina di Regia  
Servizio Comunicazione: Antonella Vitali - Romano Carloni

## REFERENTI ESTERNI (PUBBLICI DI RIFERIMENTO)

Regione Umbria  
Advanced Planning Engineering srl  
Prof. Paolo Verducci

## CONTENUTI

Il programma di Agenda Urbana 2021-2027 del Comune di Foligno sarà improntato in coerenza e continuità con la precedente programmazione con l'obiettivo di offrire un sistema integrato di azioni e interventi per innalzare, nell'ambito urbano definito, la qualità dell'abitare.

## STRUMENTI

In fase di definizione

### **attività/azioni**

realizzazione locandine pubblicitarie  
invio depliant informativo  
brochure informative  
organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni  
sezione dedicata del portale istituzionale  
comunicati stampa, conferenze stampa  
realizzazione video

### **strumenti**

sedi e supporti di proprietà dell'ente  
  
sedi e supporti di proprietà dell'Ente  
sedi e supporti di proprietà dell'Ente  
web  
media giornalistici  
service video

## TEMPI DI REALIZZAZIONE E PERIODI

Durata del progetto aprile - dicembre 2024  
Periodo di realizzazione: 8 mesi

## BUDGET

Euro: da definire

## AZIONI DI MONITORAGGIO

Focus group con la cittadinanza e stakeholders  
Incontri con la Regione  
Questionari e sondaggi indirizzati alla popolazione

## 6. 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 Piano vengono monitorati indicatori quantitativi e qualitativi.

Indicatori quantitativi:

- per il web - internet: numero contatti, pagine più visitate;
- per l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (U.R.P.): numero di utenti che hanno avuto accesso all'Ufficio, numero di segnalazioni presentate dai cittadini;
- 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.

Indicatori qualitativi:

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

Ognuna di queste modalità ha caratteristiche precise e richiede risorse organizzative.