



# PIANO DELLA COMUNICAZIONE

## ANNO 2026

*Servizio Comunicazione e Ufficio stampa*



## *Sommario*

1. Premessa	pag. 3
2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE	pag. 4
3. ARCHITETTURA GESTIONALE DELLA COMUNICAZIONE	pag. 5
4. AZIONI E STRUMENTI	pag. 9
5. PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE 2026	pag. 16
6. CRONOPROGRAMMA OPERATIVO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	pag. 70
7. VALUTAZIONE DEI RISULTATI	pag. 73

## 1. Premessa

Il Piano di Comunicazione (di seguito “Piano”) è un documento fondamentale attraverso cui vengono pianificati progetti di comunicazione, individuati obiettivi, coordinate attività e definiti target, trasformando la comunicazione in un processo strutturato e non episodico.

Il Piano, quale strumento di programmazione e pianificazione delle attività di informazione e comunicazione del Comune, intende promuovere e valorizzare le attività ed i progetti di comunicazione rivolti alla cittadinanza programmati nell’anno 2026, tenendo presenti le linee programmatiche di mandato e le disposizioni normative in tema di comunicazione istituzionale. Esso si presenta sia come uno strumento di lavoro per gli uffici, coinvolti in maniera diretta o indiretta nell’attività di comunicazione dell’Ente, sia come uno strumento flessibile e dinamico, in grado di recepire variazioni e integrazioni.

Il Piano nasce dall’esigenza di rafforzare il coordinamento delle iniziative comunicative secondo un disegno organico e razionale, migliorando i flussi comunicativi interni ed esterni. Il fine da perseguire è quello di una gestione “integrata” della comunicazione ricondotta a un’unica regia per poter essere efficace e ad un’unica visione strategica tanto della comunicazione esterna quanto di quella interna.

Nel Piano vengono indicate le priorità in termini di comunicazione (obiettivi strategici e azioni operative) su cui l’Amministrazione ha deciso di concentrare i suoi interventi, alcuni in linea di continuità con i progetti già intrapresi nello scorso anno (utilizzando o aggiornando strumenti e azioni attivati negli anni precedenti), altri invece introducono nuove attività di comunicazione, mantenendo sempre un approccio multicanale.

Al fine di semplificare la redazione del Piano, nel 2026 è cambiata la modalità di trasmissione dei vari progetti da parte degli Assessorati/Aree/Servizi d: è stato predisposto un *form online* che consente di caricare tutti i progetti che contribuiranno a definire la strategia di comunicazione globale dell’Ente.

L'obiettivo del Piano è quello di comunicare, nel modo più ampio possibile, ai potenziali beneficiari/destinatari finali gli obiettivi e i progetti di comunicazione in modo da garantire massima copertura informativa e promuovere la partecipazione attiva dei cittadini.

Proprio perché si rivolge a un pubblico ampio e diversificato, il Piano richiede l'utilizzo di un linguaggio accessibile, coinvolgente, efficace e coerente con l'immagine e la reputazione dell'Ente. I progetti e le azioni di comunicazione mirano a migliorare la visibilità, la conoscenza e la trasparenza dell'attività comunicativa dell'Ente, favorendo il massimo coinvolgimento della cittadinanza e una sinergia comunicativa efficace.

L'innovazione digitale e la continua evoluzione richiedono un'attenta gestione del cambiamento e la consapevolezza del ruolo della comunicazione quale leva fondamentale di tale processo agendo sul piano tecnologico, organizzativo e culturale.

## **2. OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE**

La definizione di obiettivi chiari di comunicazione consente di migliorare il rapporto con i cittadini, evitare lo spreco di risorse e limitare il più possibile azioni comunicative casuali ed estemporanee.

Obiettivo strategico principale è facilitare il rapporto con i cittadini, rafforzando il dialogo con il pubblico, la comunità locale, le istituzioni, accorciando le distanze e consolidando l'immagine dell'Ente e di un territorio ricco di elementi culturali, sociali e turistici. L'Ente quindi sceglie di mettere in campo gli strumenti di informazione e comunicazione più diffusi, intensificando, razionalizzando e migliorando la gestione dei canali esistenti e adottandone di nuovi.

Importanti obiettivi di comunicazione sono:

- aumentare la partecipazione intorno a valori e progetti pubblici, informando in modo chiaro, tempestivo e trasparente;
- migliorare la qualità dei servizi offerti facendone conoscere le diverse opportunità di fruizione;

- favorire lo sviluppo di un maggior senso di appartenenza all'organizzazione in termini di comunicazione interna;
- curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, garantendo un'immagine coordinata, forte, coerente e credibile.

Nell'ottica di una strategia unitaria di comunicazione, il Comune intende promuovere una cultura condivisa della comunicazione interna, che possa contare su personale informato, motivato e coinvolto, nella convinzione che la comunicazione istituzionale debba essere una competenza trasversale a tutte le funzioni e i servizi comunali.

Particolare attenzione viene dedicata alla comunicazione attraverso i canali digitali, definendo le principali modalità operative da applicare, con particolare attenzione a fattori quali

- sviluppo dell'*engagement* dei social network, attraverso la creazione di contenuti coinvolgenti e la realizzazione di campagne di sponsorizzazione a pagamento per promuovere le principali manifestazioni del Comune ed ampliare la porzione di pubblico coinvolta;
- ottimizzazione della comunicazione attraverso l'integrazione tra più strumenti per un unico scopo e con la replica di *format* organizzativi di successo in modo che sia più immediato per i target riconoscere e memorizzare l'attività o il progetto;
- chiarezza ed efficacia comunicativa nei confronti dei potenziali beneficiari, lavorando su tempestività, aggiornamento e trasparenza dei messaggi.

### **3. ARCHITETTURA GESTIONALE DELLA COMUNICAZIONE**

La possibilità di governare e gestire in modo efficace la comunicazione si fonda su scelte organizzative che consentano di pianificare tale attività. Una comunicazione istituzionale ben strutturata e "proattiva" aumenta nei cittadini la percezione del valore pubblico e dell'appartenza all'istituzione.

La comunicazione del Comune non è semplice attività di divulgazione, ma rappresenta una leva organizzativa essenziale per il funzionamento dell'Ente, capace di

- innescare il meccanismo del miglioramento continuo dei processi e dei servizi,
- recuperare fiducia da parte dei cittadini,
- condividere gli obiettivi con tutto il personale favorendo il confronto interno,
- offrire servizi più comprensibili e accessibili.

### **Risorse umane e organizzazione**

Il modello organizzativo individuato nel Piano prevede un sistema di responsabilità diffusa coordinato da una regia unitaria. I Referenti della comunicazione individuati all'interno dei servizi contribuiscono alla produzione, all'aggiornamento e alla trasmissione delle informazioni di competenza, favorendo la coerenza e la continuità dei flussi informativi e il raccordo con la struttura di coordinamento.

La struttura organizzativa dell'Ente, il coordinamento tra le diverse figure e la collaborazione con risorse interne assicurano un approccio sinergico che mira al successo complessivo delle iniziative di comunicazione previste.

Fa parte di tale struttura organizzativa sia un pubblico interno all'Ente (costituito da amministratori, strutture dedicate alla comunicazione, dipendenti e collaboratori) sia un pubblico esterno costituito da cittadini, associazioni, imprese, turisti e visitatori, media, altre istituzioni.

Nell'ambito della *governance* della comunicazione l'Amministrazione e i dirigenti definiscono indirizzi e priorità comunicative, il Servizio Comunicazione svolge il ruolo di cabina di regia operativa della comunicazione, l'U.R.P. rappresenta un punto di ascolto,

orientamento e raccordo informativo e gestisce il contatto diretto con gli utenti, i Referenti interni della comunicazione contribuiscono alla produzione e alla trasmissione delle informazioni di competenza.

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 e alla implementazione di strumenti e processi di comunicazione.

Il Servizio promuove e favorisce lo sviluppo della comunicazione esterna ed interna dell'Ente attraverso il coordinamento della rete dei Referenti interni della comunicazione, coordina l'informazione via web e la gestione dei social, supporta gli uffici nella pianificazione di singole attività o campagne di comunicazione di particolare impatto sulla cittadinanza e di interesse strategico complessivo.

I singoli uffici, inoltre, intraprendono all'occorrenza campagne di comunicazione per iniziative specifiche, in alcuni casi coinvolgendo professionisti esterni; in questi casi il Servizio Comunicazione funge da raccordo per garantire l'integrazione delle attività di comunicazione in una strategia generale unica, fornendo all'occorrenza il supporto operativo.

### **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.

L'Ufficio Stampa mantiene un continuo e costante rapporto con gli organi di informazione e i rappresentanti delle varie testate; predispone e diffonde comunicati stampa, organizza conferenze stampa, monitora l'attività di rassegna stampa e cura 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 punto di contatto diretto e continuo del Comune con la comunità locale; la sua attività contribuisce significativamente alla costruzione dell'idea che i cittadini hanno dell'intera organizzazione.

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. svolge due importanti funzioni: garantire l'esercizio dei diritti di informazione, di accesso e di partecipazione e garantire lo scambio di informazioni fra l'ufficio e le altre strutture operanti nell'amministrazione, promuovendo la comunicazione interna. 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 uffici/servizi e amministratori 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 attraverso gli strumenti a disposizione dell'Ente.

Un efficace sistema di comunicazione 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.

L'individuazione dei Referenti interni della comunicazione è a cura dei Dirigenti delle Aree di appartenenza, mentre il Servizio Comunicazione dell'Ente garantisce il coordinamento dei Referenti, la loro formazione e il necessario supporto operativo.

La rete di Referenti interni della comunicazione, aggiornata periodicamente, collabora nella gestione interna ed esterna dei flussi informativi, rafforzando la circolazione delle informazioni tra servizi/Aree del Comune, secondo le linee operative indicate dall'Ente.

I Referenti interni della comunicazione inoltre gestiscono ed aggiornano le informazioni presenti sul sito web, relativamente ai contenuti di competenza, con particolare attenzione alle "Schede servizio"; con la riprogettazione del sito web, conclusa a marzo 2026, tali pagine acquisiscono un valore centrale per l'architettura del sito stesso ed un ruolo di primaria importanza nel garantire trasparenza e accesso ai servizi di interesse del cittadino.

#### **4. AZIONE E STRUMENTI**

Le azioni di comunicazione riguardano la realizzazione delle attività tramite l'utilizzo di strumenti di comunicazione integrati tra loro, in un'ottica multicanale, al fine di coinvolgere i diversi target e ottimizzare il raggiungimento degli obiettivi di una comunicazione efficiente ed efficace.

##### **✓ Web, App & Social media**

L'attività di comunicazione sul sito web viene curata in maniera costante implementando tutte le sezioni del sito per fornire documenti, notizie e materiali informativi.

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 sito istituzionale, reso pienamente conforme alle specifiche Agid, è progettato per dialogare con l'App multiplatforma del Comune, disponibile per iOS e Android, e con AppIO. E' interattivo, di facile utilizzo e implementato con nuove sezioni e un'architettura informativa che migliora l'usabilità e offre un'esperienza di navigazione semplice, intuitiva e inclusiva, innalzando il livello di accessibilità. Inoltre il sito è stato reso interamente *responsive*, sulla base di una progettazione ispirata al principio del "*mobile first*".

La coerenza editoriale e contenutistica del sito è garantita dall'adozione di linee guida approvate dal Comune; riguardo ai contenuti del web è stata conclusa la totale migrazione dei contenuti dal precedente sito a quello attualmente online nel rispetto delle indicazioni Agid e delle buone pratiche che rendono il sito affidabile, facile da usare garantendo completezza e accuratezza delle informazioni, chiarezza di linguaggio, leggibilità dei testi e qualità delle immagini e dei contenuti multimediali.

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

Una App multiplatforma, suddivisa in una sezione istituzionale e in una sezione turistica, consente di mettere a calendario gli eventi proposti e di creare i propri itinerari personalizzati.

La App consente inoltre 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.

La gestione e l'aggiornamento del canale social attivo (facebook) avviene mediante la condivisione di contenuti realizzati in linea con lo stile comunicativo proprio delle piattaforme social e con l'identità visiva del Comune, organizzati secondo un piano editoriale. Il monitoraggio dei risultati (like, condivisioni, etc.) e la reportistica sono un aspetto chiave per rimodulare la strategia in tempo reale.

Affiancata agli altri strumenti, la pagina Facebook rappresenta così un punto di riferimento per il cittadino che desidera ricevere aggiornamenti su iniziative, avvisi e servizi.

L'obiettivo è quello di intercettare sotto-target non ancora raggiunti dalla comunicazione digitale "ordinaria", sviluppando contenuti testuali, grafici e evocativi, sempre più originali e capaci di coinvolgere, contribuendo anche al consolidamento dell'immagine istituzionale in termini di reputazione dell'Ente e fiducia del cittadino.

Nel 2026 continua l'attività relativa alla realizzazione di campagne di sponsorizzazione a pagamento sul canale facebook istituzionale con l'obiettivo di promuovere il territorio, informare i cittadini e facilitare l'accesso ai servizi digitali messi a disposizione dal Comune.

Le campagne hanno come obiettivo:

- aumentare la visibilità di servizi pubblici e modalità di accesso,
- valorizzare eventi locali, musei, biblioteche o iniziative turistiche,
- diffondere messaggi di pubblica utilità di particolare interesse per il cittadino.
- indirizzare gli utenti verso *landing page* specifiche,
- diffondere messaggi video brevi per spiegare procedure amministrative o mostrare anteprime di eventi.

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.

## ✓ Siti tematici

Da un anno il Comune sta perseguendo l'obiettivo di evitare il proliferare di siti realizzati esternamente all'Ente.

Nel 2026 il Comune attiverà all'interno del sito istituzionale apposite sezioni dedicate ai grandi eventi (es. Giornate Dantesche, Segni Barocchi) nell'ottica di razionalizzare le risorse e di garantire un più alto livello di funzionalità evitando la creazione di contenitori informativi autonomi (siti tematici), spesso con duplicazione di informazioni.

L'adozione di tale decisione comporta benefici sotto vari aspetti:

- una comunicazione più coerente;
- un maggiore controllo dei contenuti e una maggiore sinergia tra i contenuti pubblicati;
- un minor numero di siti tematici e minori costi di manutenzione;
- facilità nel gestire migrazioni o manutenzioni evolutive delle piattaforme,
- un'unica *policy*.

La progettazione e creazione di siti tematici esterni al sito istituzionale richiede una deliberazione della Giunta Comunale e il preventivo coinvolgimento del Servizio Comunicazione.

## ✓ Prodotti audio-video e multimediali (video)

Essendo indirizzati al grande pubblico, i video vengono progettati utilizzando un linguaggio facilmente comprensibile anche da un pubblico non esperto in materia e con una struttura in grado di catturare l'attenzione e trasmettere messaggi chiave in modo efficace.

### ✓ **YouTube Istituzionale**

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 tecnicamente complessi.

Il Comune ha 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)

### ✓ **Sistema allertamento vocale (Alert System) per attività di Protezione Civile**

Il Comune di Foligno mette a disposizione della cittadinanza il servizio denominato “Alert System” tramite cui vengono inviate gratuitamente comunicazioni inerenti la Protezione Civile.

Si tratta di un sistema di allerta telefonica per informazioni di emergenza e di pubblica utilità con messaggi vocali rivolti ai cittadini. Chiunque può registrarsi gratuitamente al servizio: le allerte sono rivolte a tutti i cittadini con numero già presente in elenco nel territorio del Comune di Foligno e a tutti i cittadini che volessero aderire ricevendo le informazioni sul telefono cellulare.

### ✓ **Comunicazione telefonica tramite centralino automatizzato**

La chiamata tramite telefono è un punto di contatto immediato e molto utilizzato dai cittadini che possono così individuare la corretta articolazione dei servizi nelle diverse aree organizzative tramite la struttura del risponditore automatico. In tal modo l'indicazione diretta ed efficace dei servizi e dei punti di contatto all'interno di essi rende la selezione del cittadino più semplice, immediata ed intuitiva.

Tale sistema consente di non sovraccaricare il centralino di telefonate che non possono essere evase con il personale a disposizione e soprattutto di evitare che la telefonata del cittadino non ottenga una risposta o cada nel vuoto.

### ✓ **Comunicati stampa**

I comunicati stampa sono comunicazioni scritte ufficiali prodotte dal Comune e rivolte ai media. Contengono di norma informazioni su servizi, eventi, manifestazioni dell'Ente ed informazioni di pubblica utilità. In alcuni casi includono anche le dichiarazioni degli Amministratori e foto di singoli eventi.

### ✓ **Conferenze stampa**

L'ufficio stampa del Comune può decidere di organizzare conferenze stampa su temi di particolare rilievo per il territorio. In tal caso l'Ente incontra i giornalisti per presentare progetti e fornire notizie, dettagli, approfondimenti e rispondere a richieste di chiarimenti da parte dei professionisti della stampa. A tali incontri partecipano di solito il Sindaco, gli assessori e i dirigenti di competenza e l'addetto stampa dell'Ente.

### ✓ **Rassegna stampa**

Il servizio di rassegna stampa quotidiana viene realizzato attraverso l'affidamento a società esterna all'Ente e la rassegna viene messa a disposizione di Amministratori, Consiglieri e Dirigenti dalle ore 8:30 del mattino, tutti i giorni della settimana.

### ✓ **Pannelli intelligenti**

I pannelli intelligenti, a messaggio variabile ed estremamente sintetico, sono installati nell'area urbana storica (n. 22 pannelli dislocati nel territorio comunale), per fornire informazioni utili a chi entra in Città e riguardanti la viabilità, lo stato di occupazione dei parcheggi pubblici, gli eventi di richiamo e le informazioni di pubblica utilità.

### ✓ **Ulteriori strumenti/applicativi per l'informazione la trasparenza**

- Campagne di Comunicazione
- Albo pretorio online (applicativo per la pubblicazione di atti che richiedono pubblicità legale)
- Sezione del sito istituzionale: "Amministrazione trasparente"
- Diretta streaming delle sedute del Consiglio Comunale e delle Commissioni Consiliari e di eventi e iniziative dell'Ente
- Totem a messaggio variabile posizionati nei seguenti luoghi: IAT di Porta Romana, Ufficio Relazioni con il Pubblico, Stazione ferroviaria, Museo Trinci e Parco di Colfiorito
- Rete intranet comunale, utilizzata per gestire l'informazione e la comunicazione interna dell'Ente
- Comunicazione di situazioni di emergenza (con particolare attenzione alle allerte naturali o a situazioni di criticità)

- Realizzazione di materiale tipografico
- Acquisizione di spazi di promozione su giornali e riviste
- Partecipazione a fiere e mostre
- Servizio di segnalazione guasti

## **5. PIANO ANNUALE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE 2026**

La tabella seguente mette in relazione gli obiettivi specifici dell'anno 2026 con i pubblici di riferimento (*target*) e con i risultati (*outcome*) più importanti da raggiungere nell'annualità. Gli elementi di dettaglio relativi ai singoli progetti di comunicazione sono riportati in modo più specifico nella successive tabelle.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<b>1. RINNOVO CARTE DI IDENTITA' CARTACEE</b>	Cittadini	Informare adeguatamente la cittadinanza sulla scadenza delle carte cartacee invitandola al rinnovo e consentendo di organizzarsi per prenotare l'appuntamento online con l'ufficio Anagrafe.
<b>2. FESTA DELLO SPORT 2026</b>	Associazioni e società sportive del territorio Consulta comunale dello sport	Promuovere i valori di partecipazione e vita sportiva stimolando la partecipazione della cittadinanza all'evento ed il coinvolgimento delle associazioni e società sportive .
<b>3. IMPOSTA DI SOGGIORNO: ATTIVITA' DI FORMAZIONE</b>	Titolari di strutture ricettive	Informare ed agevolare le strutture ricettive nella gestione della imposta di soggiorno (di nuova istituzione) supportando le stesse nel porre in essere i corretti adempimenti.
<b>4. TRIBUTI LOCALI: ATTIVITA' DI FORMAZIONE</b>	Funzionari altri enti locali	Supportare il delicato settore in cui operano gli addetti agli Uffici Tributi e Finanziari degli Enti Locali, caratterizzato da una normativa in continua evoluzione che impone la necessità di un continuo aggiornamento, sia per una corretta gestione della materia, sia per ottimizzare l'organizzazione ed il funzionamento degli uffici preposti.
<b>5. PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERNAZIONALE "RURAL VOICES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT"</b>	Stakeholder territoriali coinvolti nel progetto	Promuovere campagne di sensibilizzazione sui temi dell'educazione allo sviluppo sostenibile, anche nelle aree a margine del contesto prettamente urbano, creando approcci innovativi di educazione allo sviluppo per raggiungere i giovani nelle aree rurali.

Obiettivo specifico	Target	
<p><b>6.</b>  <b>ACCOGLIENZA E ATTIVITA' NEI MUSEI CIVICI (PALAZZO TRINCI - MAC - ORATORIO DELLA NUNZIATELLA - ORATORIO DEL CROCIFISSO - MUSEO DELLA STAMPA - MUSEO DELLA QUINTANA)</b></p>	<p>Cittadini            Turisti            Visitatori dei musei            Associazioni, Enti, Istituzioni</p>	<p>Promuovere le attività e gli spazi culturali per la valorizzazione del complesso museale della città, rafforzando l'identità e l'immagine dei Musei dell'Ente, anche attraverso l'implementazione della Foligno Card per i residenti.            Promuovere eventi culturali, visite guidate a tema ed esposizioni temporanee negli spazi museali.</p>
<p><b>7.</b>  <b>PREMIAZIONE CONCORSO FOTOGRAFICO "IMMAGINA LA NATURA" E INAUGURAZIONE MOSTRA FOTOGRAFICA</b></p>	<p>Popolazione locale e fruitori del Parco            Interessati e appassionati di fotografia, sia naturalistica che non            Turisti</p>	<p>Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica di tutto il territorio folignate, valorizzando in particolare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito.            Favorire e consolidare le collaborazioni con i frequentatori del territorio, in particolar modo gli appassionati di fotografia, mediante l'organizzazione del concorso fotografico "Immagina la Natura – III edizione" e la successiva mostra fotografica esposta al Museo Naturalistico del Parco.</p>
<p><b>8.</b>  <b>PRESENTAZIONE "PROGETTO NINFEA"</b></p>	<p>Popolazione locale            Cittadini            Turisti            Appassionati naturalisti            Docenti e scolaresche            Associazioni coinvolte            Media</p>	<p>Divulgare l'importanza naturalistica della palude, promuovendo l'attività didattica del Centro di Educazione Ambientale del Parco.            Presentare il "Progetto Ninfea" dedicato all'educazione e alla sensibilizzazione delle giovani generazioni al rispetto della natura e promuovere la successiva giornata di consegna e donazione della vasca didattica legata al Progetto.</p>

Obiettivo specifico	Target	
<b>9.</b> <b>RADUNO DEI SOCI DELLA LIPU NAZIONALE E BIRDWATCHING</b>	Soci LIPU provenienti dalle varie regioni italiane Fotografi naturalisti Birdwatchers Cittadini Turisti Appassionati naturalisti Associazioni del settore Media	Aderire a iniziative promosse a livello nazionale e divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta. Offrire iniziative dedicate ai fruitori del Parco in occasione dell'ottocentenario dedicato a San Francesco e del Congresso nazionale dei soci della LIPU (con conseguente visita dell'Area protetta del Parco).
<b>10.</b> <b>FESTA DEI BOSCHI 2026</b>	Popolazione locale Cittadini Turisti Famiglie con bambini Appassionati naturalisti ed escursionisti Associazioni coinvolte Media	Realizzare una serie di iniziative culturali volte a sottolineare il valore dei boschi e della tutela e rispetto della Natura, dedicate alle famiglie e a tutti coloro che riconoscono le opportunità di benessere, fisico e sociale, offerte dalle esperienze outdoor a contatto con la natura. Organizzare un'attività di lettura, attraverso il progetto "Nati per leggere", quale esperienza per lo sviluppo cognitivo dei bambini e lo sviluppo delle capacità dei genitori di crescere con i loro figli.
<b>11.</b> <b>SERATA DI ASTRONOMIA: conferenza ed osservazione del Cielo estivo</b>	Cittadini e turisti Astrofili Associazioni coinvolte Media	Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica del Parco di Colfiorito, offrendo iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco anche in orario notturno, attraverso l'esposizione di argomenti di astronomia e osservazione e lettura del cielo estivo.
<b>12.</b> <b>ESTATE AL PARCO</b>	Popolazione locale Cittadini Turisti Appassionati naturalistici Esperti, studiosi e interessati	Organizzare e promuovere un insieme di iniziative (giornate a tema, escursioni, visite guidate, laboratori didattici...) nel calendario estivo per ampliare l'offerta ai turisti e visitatori dell'Area finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dei principi di sostenibilità ambientale.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<b>13.</b> <b>GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING 2026</b>	Fotografi naturalisti Birdwatchers Cittadini Turisti Studenti del Comune Cittadini e famiglie con bambini Appassionati naturalisti Associazioni del settore Media	Aderire a iniziative promosse a livello europeo e divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta, coinvolgendo scuole e famiglie. Realizzare due giornate dedicate all'osservazione naturalistica dell'avifauna e alla raccolta dei dati per il censimento europeo degli uccelli selvatici presso il Parco di Colfiorito.
<b>14.</b> <b>NATALE AL PARCO DI COLFIORITO 2026</b>	Cittadini Turisti Famiglie con bambini Escursionisti Associazioni coinvolte Media	Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio, creando occasioni di conoscenza e fruizione dedicate alle famiglie durante il periodo natalizio (escursioni, laboratori, seminari, etc) e sostenendo le associazioni del territorio favorendone le attività.
<b>15.</b> <b>CALENDARIO DEL PARCO 2027</b>	Fotografi naturalisti Birdwatchers Cittadini Turisti Studenti Appassionati naturalisti Associazioni del settore Fruitori del territorio Collaboratori del Servizio Parco Media	Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta e coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali. Realizzare il Calendario 2027 del Parco di Colfiorito da distribuire gratuitamente a tiratura limitata.
<b>16.</b> <b>FOLIGNO CITTÀ FRANCESCANA</b>	Cittadini Visitatori Operatori del settore Media	Far conoscere e valorizzare il legame della città di Foligno con la figura di San Francesco, in occasione delle celebrazioni per gli ottocento anni dalla morte del Santo, mettendo in luce gli episodi e i luoghi storici che hanno segnato la presenza del Santo in città e costruendo anche itinerari e occasioni di visita tematici.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<b>17.</b> <b>PROMOZIONE OTTANTENNALE DELLA QUINTANA</b>	Cittadini Turisti Operatori del settore turistico Operatori economici e culturali della città e della Regione Media Associazioni Associazioni di categoria imprenditoriali	Promuovere la manifestazione identitaria di Foligno e la Città stessa presso un vasto pubblico a livello nazionale, in occasione degli ottanta anni della Giostra della Quintana.
<b>18.</b> <b>FOLIGNO CITTÀ DI PASSAGGIO DELLA MILLEMIGLIA 2026</b>	Cittadini Turisti Operatori del settore turistico Operatori economici e culturali (Città e Regione) Media Associazioni Associazioni di categoria imprenditoriali	Far conoscere la Città e il suo territorio ai partecipanti e al vasto pubblico che segue la manifestazione della Millemiglia, con passaggio a Foligno nel 2026, mettendo in luce il patrimonio storico-artistico, naturalistico, enogastronomico, tradizionale della Città, nonché gli eventi di maggior rilievo.
<b>19.</b> <b>POTENZIAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"</b>	Cittadini e turisti Altre istituzioni Operatori economici e del settore Media Enti e associazioni Organizzazioni del terzo settore Scuola e università Associazioni imprenditoriali	Promuovere l'immagine turistica, gli attrattori culturali e naturali e gli eventi principali di Foligno, potenziando il brand turistico della Città attraverso i canali facebook e instagram di Visit Foligno.
<b>20.</b> <b>CAMPAGNA PROMOZIONALE EVENTI ANNUALI</b>	Cittadini Turisti Operatori del settore turistico Operatori economici e culturali della città Media Associazioni	Promuovere gli eventi principali e di maggior rilievo (Giornate dantesche, Segni barocchi, Estate al Trinci, Natale a Foligno) che vengono organizzati dall'Ente durante l'anno, sia presso il pubblico umbro che presso quello delle regioni limitrofe. Favorire la partecipazione agli eventi stessi e al contempo incentivare l'afflusso di visitatori e turisti in diversi periodi dell'anno.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<p>21.  <b>INTEGRAZIONE DEI SITI DEDICATI A GRANDI MANIFESTAZIONI DELL'ENTE (GIORNATE DANTESCHE e SEGNI BAROCCHI) NEL NUOVO PORTALE DEL COMUNE</b></p>	<p>Cittadini  Turisti  Media</p>	<p>Integrare i siti esterni dedicati a due grandi manifestazioni (Giornate Dantesche e Segni Barocchi) all'interno del portale istituzionale, evitando il proliferare di siti realizzati esternamente all'Ente, garantendo la giusta visibilità alle due rassegne e offrendo un'immagine della Città e dei suoi eventi che sia autorevole, omogenea e tecnicamente moderna.</p>
<p>22.  <b>POTENZIAMENTO DEL BRAND VISIT FOLIGNO</b></p>	<p>Cittadini  Turisti  Associazioni  Operatori del settore  Aziende</p>	<p>Identificare in maniera significativa Foligno e le peculiarità del suo territorio affinché la Città sia riconosciuta per le sue capacità di essere un luogo di "qualità", favorendone in tal modo anche lo sviluppo commerciale.  Elaborare una piattaforma brand mediante sondaggio "Raccontaci Foligno", volto a definire l'identità di Foligno attraverso le voci di cittadini, turisti, associazioni e creare il portale web Visit Foligno.</p>
<p>23.  <b>SEGNI BAROCCHI FESTIVAL</b></p>	<p>Specialisti e storici del barocco  Cittadini  Ente Giostra Quintana e referenti dei rioni  Artisti</p>	<p>Celebrare il Barocco in tutte le sue forme culturali e diffondere la conoscenza di Foligno come città barocca, promuovendo l'immagine della Città a scopo culturale e turistico, unitamente alle attività realizzate dall'Ente Giostra.</p>
<p>24.  <b>ESTATE AL TRINCI</b></p>	<p>Associazioni  Altri promotori degli eventi ospitati</p>	<p>Aumentare l'offerta di intrattenimento e cultura per i cittadini e turisti durante l'estate e creare un cartellone estivo di cultura, arte e spettacolo, supportando le associazioni o singoli artisti a realizzare proposte artistiche e mettendo a disposizione gratuitamente spazi e servizi.</p>

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<p>25. <b>GIORNATE DANTESCHE</b></p>	<p>Scuole del territorio Comitato dantesco (dà l'indirizzo scientifico alla manifestazione, stila il programma delle iniziative in collaborazione con l'Assessore)</p>	<p>Coinvolgere le scuole, i cittadini in genere, gli studiosi del settore (ogni fascia di pubblico con particolari iniziative dedicate) in modo da diffondere in modo capillare la conoscenza della prima edizione della Divina Commedia, il ruolo di Foligno e più in generale la conoscenza dell'opera dantesca.</p>
<p>26. <b>DI NUOVO A TEATRO - MOSTRA SUI MANIFESTI E LE LOCANDINE DELL'EX TEATRO PIERMARINI</b></p>	<p>Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali Ricercatori universitari del progetto Dicolab Dipartimento di Comunicazione, musica e spettacolo dell'Università di Roma 3</p>	<p>Diffondere la storia del Teatro cittadino, la storia degli spettacoli e dei personaggi celebri che hanno frequentato Foligno, ponendo la città al centro di una rete di produzione teatrale e culturale.</p>
<p>27. <b>“LA FAMIGLIA CHE ALLARGA IL CERCHIO. Crescere insieme: racconta l’affido”</b></p>	<p>Scuole Secondarie di I grado di Foligno Associazioni del Tavolo Natalitàoma 3</p>	<p>Attraverso il concorso scolastico si vuole attivare la riflessione degli alunni delle scuole secondarie di I grado, valorizzando il protagonismo delle nuove generazioni, veicolando un messaggio di profonda solidarietà che superi i confini delle aule per raggiungere direttamente le famiglie del territorio, trasformando il lavoro dei ragazzi in un motore di cambiamento per tutta la comunità.</p>
<p>28. <b>PROMOZIONE DELLA NUOVA SEDE DEL SERVIZIO INFORMAGIOVANI DEL COMUNE DI FOLIGNO</b></p>	<p>Giovani residenti nel Comune di Foligno Soggetti del terzo settore (associazioni, cooperative sociali, etc) Scuole del Comune di Foligno</p>	<p>Promuovere l’attività e la sede del Servizio Informagiovani indicando le attività svolte, le tipologie di servizi offerti, le iniziative promosse e le modalità di accesso al servizio (anche tramite whats app, social).</p>
<p>29. <b>PROMOZIONE DEL NUOVO SERVIZIO DENOMINATO “CENTRO PER LA FAMIGLIA” DEL COMUNE DI FOLIGNO CAPOFILA ZONA SOCIALE N. 8 APERTO A GENNAIO 2026</b></p>	<p>Famiglie e cittadini del Comune di Foligno Soggetti del terzo settore (associazioni, cooperative sociali, etc.) Istituti scolastici Media locali</p>	<p>Promuovere il Centro per la Famiglia Natura quale servizio nato per sostenere il benessere delle famiglie, della coppia e del singolo individuo e quale spazio aperto, accogliente e accessibile, illustrando iniziative/eventi/servizi offerti e modalità di fruizione.</p>

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<b>30. PROMOZIONE DEI LABORATORI EXTRASCOLASTICI DI ARTI, MESTIERI E COMPETENZE CREATIVE DEDICATI AI GIOVANI DI ETÀ COMPRESA TRA I 14 E I 35 ANNI</b>	Associazione ICAM (Soggetto gestore dei laboratori) Istituti scolastici Associazioni di giovani Giovani residenti nei Comuni della Zona Sociale	Con l'attivazione di laboratori rivolti ai giovani del territorio si intende dare massimo rilievo alle attività di professionalizzazione, ricreative e di socializzazione.
<b>31. LETTURE A PALAZZO</b>	Famiglie con bambini in età 0-6 anni Scuole dell'infanzia e servizi educativi del territorio	Promuovere i incontri periodici dedicati alla lettura ad alta voce e alla diffusione della cultura dell'infanzia presso il Centro di Documentazione e Ricerca Educativa per l'Infanzia, valorizzando il libro e la narrazione come strumenti educativi, relazionali e culturali e favorendo momenti di incontro tra bambini, famiglie ed, educatori.
<b>32. 25 NOVEMBRE - GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE</b>	Cittadinanza Scuole di ogni ordine e grado	Promuovere le iniziative organizzate in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, attraverso attività di sensibilizzazione, eventi pubblici, momenti educativi e culturali rivolti alla cittadinanza, alle scuole e ai servizi educativi.
<b>33. 20 NOVEMBRE - GIORNATA MONDIALE DEI DIRITTI DELL'INFANZIA E DELL'ADOLESCENZA</b>	Cittadinanza Famiglie Servizi educativi privati e scuole di ogni ordine e grado Associazioni culturali e realtà del territorio	Promuovere le iniziative organizzate in occasione della Giornata mondiale, attraverso attività educative, culturali e laboratoriali rivolte alla città, alle scuole e alle famiglie, valorizzando il protagonismo dei bambini e sensibilizzare la cittadinanza sui temi dei diritti dell'infanzia.
<b>34. OPEN DAY E ISCRIZIONI AI NIDI D'INFANZIA COMUNALI - ANNO EDUCATIVO 2026/2027</b>	Famiglie con bambini in età 0-3 anni	Promuovere gli open day dei nidi d'infanzia comunali e diffondere le informazioni relative alle iscrizioni per il nuovo anno educativo, presentando l'offerta educativa dei servizi, gli aspetti organizzativi, le modalità di accesso e i valori pedagogici che caratterizzano i nidi comunali.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<b>35. EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE – “ALLA LARGA DEI PERICOLI”</b>	Scuole elementari IV classi del Comune di Foligno e Gruppi Volontariato di Protezione Civile  Per la giornata finale del progetto: Forze di Polizia Esercito Strutture operative protezione civile Associazioni di Volontariato di Protezione Civile VV.FF. Ulteriori enti istituzionali aderenti	Il progetto, realizzato in collaborazione con le Associazioni di Volontariato, coinvolge tutti i circoli per coinvolgere le classi IV delle scuole primarie e affronta, durante gli incontri con le classi, le tematiche relative alla Protezione Civile ed al funzionamento delle strutture operative, alla conoscenza dei rischi del territorio ed alla condotta da tenere in caso di emergenza, fornendo modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente. Viene affrontata la tematica dei rischi domestici. Per la giornata finale del progetto: visita guidata del Centro Regionale di Protezione Civile di Foligno.
<b>36. “BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE” Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza</b>	Anci Umbria ProCiv	Fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile che insistono sul territorio del Comune di Foligno. Partendo da una breve descrizione del sistema protezione civile, si analizza con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale, indicando i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale.
<b>37. “...E SE CAPITASSE ANCHE A ME...” Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza</b>	Associazioni di volontariato facenti parte la Consulta Comunale delle Associazioni di Protezione Civile Anci Umbria ProCiv	Fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile che insistono sul territorio del Comune di Foligno. Partendo da una breve descrizione del sistema protezione civile, si analizza con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale, indicando i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
38. “CONTROLLO DI VICINATO” - “OKKIO ALLA TRUFFE”	Carabinieri	Creazione di gruppi di cittadini che effettuano segnalazioni qualificate alle forze di polizia. Il progetto prevede incontri sul territorio, nel corso dei quali vengono spiegate le principali truffe che coinvolgono la popolazione. Creazione di una sezione dedicata del portale dell'ente in modo tale da combatterle nei modi più efficaci.
39. ALLERTE METEO	Cittadinanza Regione Umbria (Centro Funzionale - Protezione Civile)	Informare la popolazione sui rischi inerenti la Protezione Civile e contribuire alla sicurezza dei cittadini. Massima divulgazione delle allerte meteo emesse dal Centro Funzionale della Regione Umbria attraverso sito e pagina facebook, pannelli luminosi, allerte telefoniche.
40. PROGETTI PNRR DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E SICUREZZA NELLA P.A.	Cittadinanza	Promozione e diffusione dei servizi online e della nuova piattaforma web del Comune. Promozione e diffusione dei servizi di facilitazione/formazione digitale e delle modalità di accesso agli stessi.
41. PROGETTI PNRR INTERVENTI PER LA RESILIENZA, LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E L'EFFICIENZA ENERGETICA	Cittadinanza	Realizzazione di attività di partecipazione ai cittadini degli interventi realizzati. A titolo esemplificativo: - interventi di efficientamento energetico su impianti di pubblica illuminazione - messa in sicurezza e stabilizzazione di strade - stadio Blasono: efficientamento degli impianti, degli spogliatoi e dei locali della gradinata - “Campo de li giochi”: messa in sicurezza e manutenzione straordinaria dell'impianto sportivo, - museo MAC di Colfiorito e palestra scuola media Gentile: messa in sicurezza delle coperture - scuola materna ed elementare di Colfiorito: messa in sicurezza della copertura - palazzetto Dello Sport: efficientamento energetico - palestra di Colfiorito: messa in sicurezza e manutenzione straordinaria.

Obiettivo specifico	Target	Outcome
<p>42.  <b>PROGETTI PNRR</b>  <b>INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA (infrastrutture sociali, famiglie, comunità e terzo settore)</b>  <b>SERVIZI DI EDUCAZIONE E CURA PER LA PRIMA INFANZIA (potenziamento dell’offerta dei servizi di istruzione: dagli asili nido alle università)</b></p>	<p>Cittadinanza</p>	<p>Realizzazione di attività di partecipazione ai cittadini degli interventi realizzati.  A titolo esemplificativo:  - rigenerazione urbana con interventi di manutenzione e riqualificazione di vari comparti  - realizzazione di un nuovo parco inclusivo a servizio della città riqualificata (Parco dell’Aeroporto-Parco degli animali)  - Parco del fiume Topino: qualificazione del parcheggio con ampliamento della dotazione arborea del parco e integrazione delle connessioni ciclabili  - Valle del Menotre. rigenerazione di aree pubbliche già antropizzate ma solo parzialmente utilizzate  - “Campo de li giochi”: eliminazione dell’ex palestra in via N. Sauro, incremento delle condizioni di sicurezza della tribuna autorità e della gradinata, creazione spazi per cavalli, parcheggio interno e sala bar  - palestra comunale “Fausto Ciccioli: interventi di riqualificazione e bonifica  - ciclodromo comunale G. Casini: realizzazione palestra e palazzina servizi, palazzina uffici, locale ristoro e struttura bike sharing , pista bmx/pump track e tribuna con annessi servizi  - rifunzionalizzazione dell’area ex Foro Boario  - palestra Campo di Marte - via Rubicone: realizzazione nuova palestra per attività sportive  - interventi di supporto e sostegno alle capacità genitoriali e prevenzione della vulnerabilità delle famiglie e dei bambini  - interventi di ristrutturazione di immobili e acquisto arredi, da destinare a persone con disabilità in grado di compiere un percorso di autonomia abitativa e di formazione e lavoro  - rafforzamento dei servizi sociali a favore della domiciliarità  - asilo nido Raffaello Sanzio: demolizione e ricostruzione dell’edificio e fornitura arredi.</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
1. RINNOVO CARTE DI IDENTITA' CARTACEE	<p><b>Strategici</b> Rinnovare le carte identità cartacee in scadenza il 3 agosto 2026</p> <p><b>Comunicazionali</b> Informare adeguatamente la cittadinanza sulla scadenza delle carte cartacee invitandola al rinnovo</p>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rossi Francesca</li> <li>- Salvucci Umbertina</li> <li>- Gammarota Marta</li> <li>- Back office Anagrafe: Ciancaleoni, Antonini, Persiani, Annibali, Mattioli Cristina</li> <li>- Front office Anagrafe: Marocco, Bernardini, Cardinali, Presilla</li> <li>- U.R.P: Contilli, Ricca</li> </ul> <p><b>Esterni</b> Cittadini</p>	Informare il cittadino della scadenza delle carte d'identità cartacee per permettergli per tempo di organizzarsi per il rinnovo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Campagna social</li> <li>- Utilizzo dei display pubblicitari in dotazione</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Service video</li> </ul>	Da aprile 2026 ad agosto 2026, prorogabile secondo necessità	Euro 300/00 per eventuale stampa di manifesti (70 x 100 cm) ed eventuali campagne di sponsorizzazione su fb	Osservazione diretta del progetto

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
2. FESTA DELLO SPORT 2026	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione Asd Ssd del territorio</li> <li>- Promozione sportiva</li> <li>- Creazione di una festa a cadenza annuale sul tema dello sport</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffusione fra la cittadinanza delle iniziative collegate all'evento</li> <li>- Stimolare la partecipazione della cittadinanza all'evento</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giovanni Teti</li> <li>- Alberto Sterlini</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associazioni e società sportive del territorio</li> <li>- Consulta comunale dello sport</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definizione del programma</li> <li>- Coinvolgimento associazioni e società sportive</li> <li>- Promozione dei valori di partecipazione e vita sportiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine, manifesti pubblicitari e brochure informative</li> <li>- Realizzazione video</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del sito</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa,</li> <li>- Campagna pubblicitaria sui media locali (a pagamento)</li> <li>- Campagna social</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	2 mesi (da inizio luglio al 6 settembre 2026 - data presunta dell'evento)	Euro 2.500	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Riscontro partecipazione associazioni e società sportive e cittadinanza</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
3. IMPOSTA DI SOGGIORNO: ATTIVITA' DI FORMAZIONE	<p><b>Strategici</b> Creare un canale di comunicazione e collaborazione con i soggetti passivi</p> <p><b>Comunicazionali</b> Agevolare le strutture ricettive alla gestione della imposta di soggiorno (di nuova istituzione) e far sentire l'Ente a supporto per i corretti adempimenti</p>	<p><b>Interni</b> Personale del Servizio Tributi e riscossione e del Servizio Turismo</p> <p><b>Esterni</b> Società TCS e titolari di strutture ricettive</p>	Attività di formazione volta ad illustrare i principi dell'Imposta di soggiorno e dell'applicativo Staytour, un sistema telematico per la gestione e la trasmissione dei dati relativi all'imposta di soggiorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Realizzazione video</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema,</li> <li>- Ascolto e gestione reclami, segnalazioni</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Campagna pubblicitaria sui media locali (a pagamento)</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- App</li> </ul>	2026	Nessun costo aggiuntivo	Verifica degli accessi al canale youtube
4. TRIBUTI LOCALI: ATTIVITA' DI FORMAZIONE	<p><b>Strategici</b> Creare un momento di confronto con altri colleghi su materie tributarie in continua evoluzione</p> <p><b>Comunicazionali</b> Promuovere le competenze dell'Ente e sensibilizzare l'attenzione alle entrate tributarie</p>	<p><b>Interni</b> Fiorani Isenia</p> <p><b>Esterni</b> Associazione ANUTEL e funzionari altri enti locali</p>	Supportare il delicato settore in cui operano gli addetti agli Uffici Tributi e Finanziari degli Enti Locali, caratterizzato da una normativa in continua evoluzione che impone la necessità di un continuo aggiornamento, sia per una corretta gestione della materia, sia per ottimizzare l'organizzazione ed il funzionamento degli uffici preposti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- App</li> </ul>	Maggio 2026	Nessun costo previsto	Numero di iscritti al corso

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
5. <b>PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERNAZIONALE “RURAL VOICES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT”</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Costruzione di partenariati internazionali</li> <li>- Iniziative di educazione e sensibilizzazione allo sviluppo urbano sostenibile e alla cittadinanza globale;</li> <li>- Promozione del ruolo attivo dell'Ente e degli attori territoriali mediante forme di collaborazione, in particolare con FELCOS Umbria, di cui il Comune è socio fondatore</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere campagne di sensibilizzazione sui temi dell'educazione allo sviluppo sostenibile</li> <li>- Diffondere buone pratiche sul tema dello sviluppo urbano sostenibile anche nelle aree a margine del contesto prettamente urbano</li> <li>- Promuovere il ruolo dell'Ente nell'ambito del contesto internazionale del partenariato</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Anna Conti in qualità di officer senior del progetto</li> <li>- Martina Del Buono in qualità di financial officer del progetto</li> <li>- Stefania Santopaolo in qualità di supporto tecnico</li> <li>- Antonella Vitali in qualità di responsabile della comunicazione</li> <li>- Romano Carloni</li> <li>- Carolina Moriggia</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FELCOS Umbria</li> <li>- Stakeholder territoriali mano mano coinvolti nel progetto</li> </ul>	Il Progetto Rural Voices, presentato a valere sul bando europeo del programma Europeaid - Dear, è finalizzato alla creazione di approcci innovativi di educazione allo sviluppo per raggiungere i giovani nelle aree rurali	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esposizione materiale informativo - Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> </ul>	Intero anno 2026	Le attività di comunicazione del progetto sono interamente finanziate con il relativo finanziamento UE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diffusione di sondaggi e questionari attraverso i canali web</li> <li>Focus group</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<b>6.</b> <b>ACCOGLIENZA E ATTIVITA' NEI MUSEI CIVICI (PALAZZO TRINCI - MAC - ORATORIO DELLA NUNZIATELLA - ORATORIO DEL CROCIFISSO - MUSEO DELLA STAMPA - MUSEO DELLA QUINTANA)</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere gli spazi culturali in termini di accessibilità e fruibilità</li> <li>- Favorire e migliorare la conoscenza dei musei comunali</li> <li>- Rafforzare l'identità di palazzo Trinci quale punto di riferimento culturale della città e punto di aggregazione per le iniziative culturali più significative</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per i visitatori</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <p>Promuovere le attività e gli spazi culturali per la valorizzazione del complesso museale della città</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rafforzare l'identità e l'immagine dei Musei dell'Ente</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessorato alla Cultura</li> <li>- Servizio Musei</li> <li>- Gestore degli spazi museali dei musei civici</li> <li>- Ente Giostra per la gestione del Museo della Quintana a palazzo Candiotti</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini in generale</li> <li>- Turisti e visitatori dei musei</li> <li>- Associazioni, Enti, Istituzioni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e incentivazione all'utilizzo degli spazi espositivi all'interno del percorso museale</li> <li>- Promozione e implementazione della Foligno Card per i residenti</li> <li>- Promozione e programmazione attività didattica</li> <li>- Promozione eventi culturali e visite guidate a tema negli spazi museali</li> <li>- Promozione esposizioni temporanee organizzate in proprio o con soggetti terzi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Realizzazione video</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Ascolto e gestione reclami, segnalazioni</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- App</li> </ul>	<p>Durata del progetto: dodici mesi</p> <p>Periodo di realizzazione: 2026</p>	<p>Come da impegni già assunti a bilancio e secondo ulteriori disponibilità di bilancio</p>	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Numero eventi / ingressi al museo</p> <p>Numero di Card emesse</p> <p>Numero mostre nel museo</p> <p>Numero attività didattiche / numero di partecipanti</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
7. <b>PREMIAZIONE CONCORSO FOTOGRAFICO IMMAGINA LA NATURA E INAUGURAZIONE MOSTRA FOTOGRAFICA</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Valorizzare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito</li> <li>- Informare e coinvolgere la comunità locale</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con i frequentatori del territorio, in particolar modo gli appassionati di fotografia</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica di tutto il territorio folignate</li> <li>- Stimolare la partecipazione della popolazione</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Popolazione locale e fruitori del Parco</li> <li>- Interessati e appassionati di fotografia, sia naturalistica che non</li> <li>- Turisti</li> </ul>	Premiazione delle foto finaliste del concorso fotografico "Immagina la Natura – III edizione" dal tema 'La Bellezza e la Resilienza della Natura'. A seguire inaugurazione della mostra fotografica connessa al concorso che rimarrà esposta al Museo Naturalistico del Parco	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	Sabato 28 marzo 2026	Nessun costo previsto	Numero di partecipanti al concorso fotografico e numero di persone presenti all'evento

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
8. <b>PRESENTAZIONE "PROGETTO NINFEA "</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Valorizzare gli aspetti naturalistici e ambientali del Parco di Colfiorito</li> <li>- Informare e coinvolgere la comunità locale</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti e Associazioni</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta della palude, Zona Speciale di Conservazione</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Stimolare la partecipazione della popolazione</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Popolazione locale</li> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Appassionati naturalisti</li> <li>- Docenti e scolaresche</li> <li>- Associazioni coinvolte</li> <li>- Media</li> </ul>	<p>Presentazione del "Progetto Ninfea" proposto dal Lions Club Foligno e, dedicato all'educazione ambientale e alla sensibilizzazione delle giovani generazioni al rispetto della natura. Il progetto prevede appunto la donazione al Parco di Colfiorito, di una vasca didattica per mettere a dimora un esemplare di Ninfea bianca (<i>Nymphaea alba</i>), pianta autoctona della Palude di Colfiorito. L'iniziativa è pensata come strumento educativo a supporto delle attività didattiche che il Centro di Educazione Ambientale del Parco svolge puntualmente con le scuole del territorio</p> <p>Promozione della giornata di consegna e donazione della vasca didattica legata al Progetto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	<p>Presentazione e del Progetto: sabato 31 gennaio 2026</p> <p>Giornata di consegna e donazione della vasca: da definire tra fine maggio e inizio giugno 2026</p>	<p>Nessun costo previsto</p>	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Numero di partecipanti all'evento di presentazione</p> <p>Numero di intervenuti alla consegna della vasca</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<b>9. RADUNO DEI SOCI DELLA LIPU NAZIONALE E BIRDWATCHING</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere la valenza naturalistica e ambientale dell'Area protetta</li> <li>- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca e Associazioni</li> <li>- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aderire a iniziative promosse a livello nazionale</li> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Offrire iniziative dedicate ai fruitori del Parco</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Soci LIPU provenienti dalle varie regioni italiane</li> <li>- Fotografi naturalisti</li> <li>- Birdwatchers</li> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Appassionati naturalisti</li> <li>- Associazioni del settore</li> <li>- Media</li> </ul>	<p>In occasione dell'ottocentenario dedicato a San Francesco, la LIPU nazionale svolgerà il Congresso nazionale in Assisi sabato 23 maggio 2026. Nel programma è previsto, per domenica 24 maggio, il raduno dei soci al parco di Colfiorito, per una visita approfondita dell'area protetta, guidati dal Coordinatore regionale di Lipu Umbria</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	24 maggio 2026	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero di partecipanti all'evento</li> <li>- Provenienza regionale dei partecipanti</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
10. FESTA DEI BOSCHI 2026	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere la valenza culturale, sociale e ambientale dell'Area protetta</li> <li>- Valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito</li> <li>- Stimolare la partecipazione della popolazione locale</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini e turisti</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni</li> <li>- Promuovere il rispetto e il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta della palude, Zona Speciale di Conservazione</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie</li> <li>- Diffondere il progetto Nati per Leggere (bambini 0-6 anni)</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Servizio comunicazione</li> <li>- Personale CoopCulture</li> <li>- Biblioteca comunale dei ragazzi</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Popolazione locale</li> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Famiglie con bambini</li> <li>- Appassionati naturalisti ed escursionisti</li> <li>- Associazioni coinvolte</li> <li>- Media</li> </ul>	<p>Una serie di proposte culturali volte a sottolineare il valore dei boschi e della tutela e rispetto della 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 e degli aspetti ambientali e storici caratteristici dell'area degli Altopiani, anche grazie alla visita dei Musei del territorio</p> <p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- sito Parks.it</li> </ul>	Domenica 7 giugno 2026	<p>Spese promozionali delle brochure a carico della Regione Umbria</p> <p>Escursione e laboratorio didattico € 400,00</p>	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Numero di partecipanti alle iniziative dell'intera giornata</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<b>11. SERATA DI ASTRONOMIA: Conferenza ed osservazione del Cielo estivo</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere e valorizzare gli aspetti naturalistici, ambientali e scientifici del Parco di Colfiorito</li> <li>- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito astronomico</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini e turisti</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni e Associazioni</li> <li>- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica del Parco di Colfiorito</li> <li>- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco in orario notturno</li> <li>- Promuovere il rispetto del patrimonio naturale e l'importanza della tutela dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione di eventi da loro promossi</li> <li>- Stimolare la partecipazione</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale del Servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio Comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Astrofili</li> <li>- Associazioni coinvolte</li> <li>- Media</li> </ul>	Attività divulgativa su argomenti di astronomia e osservazione e lettura del cielo estivo presso l'area del parco di Colfiorito	<p>Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <p>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	La data è da fissare, ma l'iniziativa si terrà tra fine giugno e inizio luglio	Nessun costo previsto	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Numero di partecipanti all'evento</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
12. ESTATE AL PARCO	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Valorizzare l'importanza delle Aree protette e il ruolo del Parco</li> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere la valenza scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Valorizzare gli aspetti naturalistici, storico-archeologici e ambientali del Parco di Colfiorito e del territorio degli Altopiani Plestini</li> <li>- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio del Parco</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con le Associazioni</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta e della Palude</li> <li>- Stimolare la partecipazione della popolazione locale</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Consolidare l'azione di promozione territoriale</li> </ul>	<p>Interni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio Comunicazione</li> </ul> <p>Esterni</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Popolazione locale</li> <li>- Cittadini e turisti</li> <li>- Appassionati naturalistici</li> <li>- Esperti, studiosi e interessati</li> </ul>	<p>Insieme di iniziative (giornate a tema, escursioni, visite guidate, laboratori didattici...) da mettere nel calendario estivo per ampliare l'offerta ai turisti e visitatori dell'area finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente</p> <p>Le iniziative saranno proposte attraverso una fruizione del territorio ispirata all'etica e al rispetto dei principi di sostenibilità ambientale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Depliant e brochure delle Sagre di Annifo e Colfiorito</li> </ul>	Date da definire tra luglio, agosto e settembre	Nessun costo previsto	<p>Numero di partecipanti alle iniziative</p> <p>Numero di visitatori del Museo Naturalistico</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
13. GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING 2026	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta</li> <li>- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Ass.ni</li> <li>- Promuovere il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aderire a iniziative promosse a livello europeo</li> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Coinvolgere le scuole con riflessioni su temi ambientali</li> <li>- Offrire iniziative dedicate alle famiglie</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio Parco di Colfiorito</li> <li>- Personale del Servizio Comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografi naturalisti</li> <li>- Birdwatchers</li> <li>- Cittadini e turisti</li> <li>- Studenti del Comune</li> <li>- Cittadini e famiglie con bambini</li> <li>- Appassionati sostenibili del territorio</li> <li>- Associazioni del settore</li> <li>- Media</li> </ul>	<p>Due giornate dedicate all'osservazione naturalistica dell'avifauna e alla raccolta dei dati per il censimento europeo degli uccelli selvatici presso il Parco di Colfiorito</p> <p>Evento organizzato da BirdLife International e curato da Lipu Umbria OdV</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Schede per la raccolta dati oggetto del censimento</li> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	Primo weekend di ottobre	Nessun costo previsto	Numero di partecipanti alle giornate

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
14. NATALE AL PARCO DI COLFIORITO 2026	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere la valenza culturale, sociale ed ambientale dell'Area protetta ed il valore turistico offerto da una fruizione sostenibile del territorio di riferimento</li> <li>- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito</li> <li>- Informare e coinvolgere la popolazione locale</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta</li> <li>- Realizzare iniziative finalizzate alla diffusione dell'importanza della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Offrire iniziative di conoscenza e fruizione del territorio dedicate alle famiglie</li> <li>- Sostenere le associazioni del territorio favorendo la realizzazione delle loro attività</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio - Parco di Colfiorito</li> <li>- personale del Servizio Comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Famiglie con bambini</li> <li>- Escursionisti</li> <li>- Associazioni coinvolte</li> <li>- Media</li> </ul>	Iniziative di vario genere da proporre durante il periodo natalizio (escursioni, laboratori, seminari, etc), date ancora da definire	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	Date da definire tra i mesi di dicembre 2026 e gennaio 2027	Nessun costo previsto	<p>Numero di partecipanti alle varie iniziative</p> <p>Visitatori del Museo Naturalistico</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
15. CALENDARIO DEL PARCO 2027	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere l'immagine del Parco e la valenza culturale, sociale, ambientale e turistica dell'Area protetta</li> <li>- Promuovere la conoscenza scientifica in ambito avifaunistico che caratterizza l'area del Parco di Colfiorito</li> <li>- Informare e coinvolgere la popolazione locale</li> <li>- Favorire e consolidare le collaborazioni con Enti di ricerca, Istituzioni scolastiche e Associazioni</li> <li>- Aumentare l'offerta di eventi attrattori per cittadini, turisti e famiglie verso il Parco di Colfiorito</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Divulgare l'importanza naturalistica e scientifica dell'Area protetta e della tutela e del rispetto dell'ambiente e del territorio</li> <li>- Focalizzare l'attenzione sulle specie animali e vegetali che convivono in ambiente urbano periurbano e in aree naturali</li> <li>- Coinvolgere le scuole proponendo riflessioni sulle tematiche ambientali</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personale servizio - Parco di Colfiorito</li> <li>- personale del Servizio Comunicazione</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fotografi naturalisti</li> <li>- Birdwatchers</li> <li>- Cittadini e turisti</li> <li>- Studenti</li> <li>- Appassionati naturalisti</li> <li>- Associazioni del settore</li> <li>- Fruitori del territorio</li> <li>- Collaboratori del Servizio Parco</li> <li>- Media</li> </ul>	Realizzazione del Calendario 2027 del Parco di Colfiorito, da distribuire gratuitamente a tiratura limitata	<p>Realizzazione e stampa di almeno 600 copie del calendario</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- sito Parks.it</li> </ul>	Novembre - dicembre 2026	Costo del calendario: da definire a seguito di acquisizione del preventivo di spesa	Numero copie distribuite

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
16. FOLIGNO CITTÀ FRANCESCANA	<p><b>Strategici</b> Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, promuovere il patrimonio storico-artistico, incentivare il turismo</p> <p><b>Comunicazionali</b> Promuovere Foligno come città francescana</p>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elisa Piselli</li> <li>- Alessandra Ronconi</li> <li>- Operatori di Coopculture (addetti al front ,office dei punti di informazione turistica),</li> <li>- Azienda Be Anchor incaricata della promozione del brand turistico Visit Foligno e della gestione delle pagine social turistiche dell'Ente</li> <li>guide turistiche autorizzate incaricate di effettuare le visite guidate tematiche</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini</li> <li>- Visitatori</li> <li>- Operatori del settore</li> <li>- Media</li> </ul>	<p>- In occasione delle celebrazioni per gli ottocento anni dalla morte di San Francesco, il progetto di comunicazione intende far conoscere e valorizzare il suo stretto legame con la città di Foligno, mettendo in luce gli episodi storici che hanno segnato la presenza del Santo in città e i luoghi che ancora oggi sono traccia e testimonianza di questo legame, costruendo anche itinerari e occasioni di visita tematici</p> <p>- Partendo da questo contenuto si intende inoltre promuovere in toto la città di Foligno e il suo patrimonio tradizionale, storico e artistico nonché gli eventi di maggior rilievo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Campagna pubblicitaria sui media locali (a pagamento)</li> <li>- Visite guidate tematiche aperte a cittadini e turisti</li> <li>- Partecipazione alla guida di Repubblica "Francesco" con spazi dedicati alla città di Foligno</li> <li>- Partecipazione al progetto editoriale annuale del Corriere dell'Umbria dedicato al tema</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Materiale informativo cartaceo</li> </ul>	Intero anno 2026	Euro 11.500/00	Numero di presenze alle visite guidate tematiche, n. di pieghevoli distribuiti, n. di accessi all'info point.

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
17. <b>PROMOZIONE OTTANTENNALE DELLA QUINTANA</b>	<p><b>Strategici</b> Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, promuovere gli eventi di maggior rilievo, favorire e destagionalizzare i flussi turistici; promuovere la Giostra della Quintana come manifestazione identitaria della città</p> <p><b>Comunicazionali</b> Promuovere la manifestazione identitaria di Foligno e la città stessa presso un vasto pubblico a livello nazionale, in occasione degli Ottanta anni della Giostra della Quintana</p>	<p><b>Interni</b> - Elisa Piselli - Alessandra Ronconi - Collaboratori: Ente Giostra della Quintana; GAL Valle Umbra e Sibillini in qualità di finanziatore del progetto e partner nella promozione; azienda In Video in qualità di realizzatore del video promozionale e della campagna pubblicitaria</p> <p><b>Esterni</b> - Cittadini - Turisti - Operatori del settore turistico - Operatori economici e culturali della città e della Regione - Media - Associazioni - Associazioni di categoria imprenditoriali</p>	<p>La campagna di comunicazione consiste nella realizzazione di due video spot televisivi: uno in occasione delle Giostre di maggio e giugno (Giostra straordinaria e Giostra della sfida) e uno in occasione della Giostra di settembre. Lo spot, della durata di 15", dovrà restituire l'atmosfera e il carattere saliente della manifestazione, nonché fornire uno scorcio della città che la ospita. Lo spot sarà trasmesso per una settimana a fine maggio e per una settimana a fine agosto su reti televisive nazionali ( Rai e/o Mediaset)</p> <p>Il tutto sarà presentato tramite conferenza stampa di livello regionale, diffusione sui canali social dell'Ente e sul sito web. Inoltre sarà realizzato un apposito video reel che sarà pubblicato a maggio, per una settimana, sulle pagine facebook e instagram di Repubblica Roma tramite branded post</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione video</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Campagna sponsorizzata social (a pagamento)</li> <li>- Acquisto due settimane di passaggi spot televisivo su reti nazionali ( Rai e/o Mediaset)</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Service video</li> </ul>	Maggio e agosto 2026	Euro 40.000/00	<p>Da definire (possibile distribuzione di un questionario presso info point della Quintana e/o IAT)</p> <p>Numero di visualizzazioni del branded post</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
18. <b>FOLIGNO CITTÀ DI PASSAGGIO DELLA MILLEMIGLIA 2026</b>	<p><b>Strategici</b> Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, promuovere gli eventi di maggior rilievo, favorire e destagionalizzare i flussi turistici</p> <p><b>Comunicazionali</b> Far conoscere la città di Foligno ai partecipanti e al vasto pubblico che segue la manifestazione</p>	<p><b>Interni</b> - Elisa Piselli - Personale del Servizio Comunicazione (per promozione su fb)</p> <p><b>Esterni</b> - Cittadini - Turisti - Operatori del settore turistico - Operatori economici e culturali della città e della Regione - Media - Associazioni - Associazioni di categoria imprenditoriali</p>	<p>Il progetto di comunicazione curato dal Servizio Turismo servirà a far conoscere presso un vasto pubblico nazionale la città di Foligno e il suo territorio da un punto di vista turistico, mettendo in luce tramite testi e immagini il suo patrimonio storico-artistico, naturalistico, enogastronomico, tradizionale, nonché gli eventi di maggior rilievo</p> <p>Questo avverrà tramite gli strumenti di comunicazione ufficiali della manifestazione messi a disposizione allo scopo di far conoscere i luoghi della Millemiglia, che in particolare passerà a Foligno il 12 giugno: il 1000 Miglia Diary (la guida ufficiale di 1000 Miglia 2026) e lo spazio web/social "I luoghi della 1000 Miglia".</p>	<p>- Realizzazione brochure informative - Campagna sponsorizzata social (a pagamento)</p> <p>- Social media - Media giornalistici - 1000 Miglia Diary (la guida ufficiale di 1000 Miglia 2026) - Spazio web/social "I luoghi della 1000 Miglia"</p>	Da aprile a giugno 2026	Non c'è un costo specifico per questa azione di promozione. I costi rientrano nel budget per l'evento, assegnato ad altro Servizio.	Numero di ingressi presso il punto di informazione turistica nei giorni della manifestazione e

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<p><b>19. POTENZIAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"</b></p>	<p><b>Strategici</b> Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente, promuovere gli eventi di maggior rilievo, favorire e destagionalizzare i flussi turistici</p> <p><b>Comunicazionali</b> Promuovere l'immagine turistica, gli attrattori culturali e naturali e gli eventi principali della Città Potenziare il brand turistico della città</p>	<p><b>Interni</b> Dipendenti Elisa Piselli; Collaboratori: azienda Be Anchor, affidataria del servizio</p> <p><b>Esterni</b> - Cittadini e turisti - Altre istituzioni - Operatori economici - Operatori del settore - Media - Enti e associazioni - Organizzazioni del terzo settore - Scuola e università - Associazioni imprenditoriali</p>	<p>I contenuti del progetto di comunicazione riguardano gli attrattori culturali e naturali, gli itinerari, gli eventi e le tradizioni della città</p> <p>A tal scopo è prevista: la pubblicazione di post giornalieri e campagne di sponsorizzazione su facebook e instagram Visit Foligno; la realizzazione di video reel sul territorio e sugli eventi; l'aggiornamento del pieghevole Visit Foligno, strumento utile e sintetico che può essere distribuito ad un vasto pubblico; la creazione di un nuovo materiale informativo su Foligno città francescana. Inoltre, per quanto riguarda il marchio turistico Visit Foligno, viene incentivato l'inserimento del logo nei materiali promozionali (brochure, locandine, spot) dei principali eventi e nei materiali informativi a scopo turistico</p>	<p>- Realizzazione brochure informative - Realizzazione video - Esposizione materiale informativo - Campagna sponsorizzata social (a pagamento) - Pubblicazione post giornalieri su canali social Visit Foligno</p> <p>- Social media - Materiale informativo cartaceo e digitale</p>	Intero anno 2026	Il budget è una quota parte (non definita) del costo per l'affidamento della prestazione di servizi relativi al "potenziamento del brand Visit Foligno con studio e progetto di marketing e attuazione delle strategie", assegnato ad altro ufficio.	<p>Followers pagine Visit Foligno</p> <p>Utenti campagne pubblicitarie</p> <p>Utilizzo e distribuzione dei materiali cartacei.</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
20. CAMPAGNA PROMOZIONALE EVENTI ANNUALI	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Curare e rafforzare l'identità e l'immagine dell'Ente</li> <li>- Promuovere gli eventi di maggior rilievo organizzati dall'Ente stesso</li> <li>- Favorire e destagionalizzare i flussi turistici</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere gli eventi principali che vengono organizzati dall'Ente durante l'anno, sia presso il pubblico umbro che presso quello delle regioni limitrofe</li> <li>- Favorire la partecipazione agli eventi stessi e al contempo incentivare l'afflusso di visitatori e turisti in diversi periodi dell'anno</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elisa Piselli</li> <li>- Alessandra Ronconi</li> <li>- Collaboratori: operatori di Coopculture (addetti al front ,office dei punti di informazione turistica), azienda Be anchor incaricati della promozione del brand tursitico Visit Foligno e della gestione delle pagine social turistiche dell'Ente</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Operatori del settore turistico</li> <li>- Operatori economici e culturali della città</li> <li>- Media</li> <li>- Associazioni</li> </ul>	<p>Programma e contenuti degli eventi annuali di maggiori rilievo: Giornate dantesche, Segni barocchi, Estate al Trinci, Natale a Foligno</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Campagna pubblicitaria sui media locali (a pagamento)</li> <li>- Pubblicazione post</li> <li>- Realizzazione e pubblicazione reel su pagine social Visit.foligno</li> <li>- Sito web istituzionale</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	<p>Tutto il 2026 con uscite programmate in corrispondenza degli eventi (aprile, estate, fine agosto-settembre, novembre-dicembre)</p>	<p>Euro 7.000/00</p>	<p>Numero di visualizzazioni e dei branded post, partecipazione agli eventi</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblci di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<p><b>21. INTEGRAZIONE DEI SITI DEDICATI A GRANDI MANIFESTAZIONI DELL'ENTE (GIORNATE DANTESCHE e SEGNI BAROCCHI) NEL NUOVO PORTALE DEL COMUNE</b></p>	<p><b>Strategici</b> Razionalizzare le risorse e di garantire un più alto livello di funzionalità evitando la creazione di contenitori informativi autonomi (siti tematici), spesso con duplicazione di informazioni.</p> <p><b>Comunicazionali</b> - Garantire alle due manifestazioni la giusta visibilità, confermando e rafforzando l'immagine delle rassegne quali eventi centrali dell'identità culturale di Foligno - Offrire un'immagine della Città e dei suoi eventi che sia autorevole, omogenea e tecnologicamente moderna</p>	<p><b>Interni</b> - Carolina Moriggia - Antonella Vitali</p> <p><b>Esterni</b> - Cittadini e turisti - Media</p>	<p>Nel 2026 il Comune integra i siti esterni dedicati alle due grandi manifestazioni all'interno del portale istituzionale, evitando il proliferare di siti realizzati esternamente all'Ente</p> <p>Tale progetto risponde alla volontà istituzionale di perseguire i seguenti benefici: - comunicazione più coerente; - maggiore controllo dei contenuti e maggiore sinergia tra i contenuti pubblicati; - minor numero di siti tematici e minori costi di manutenzione; - facilità nel gestire migrazioni o manutenzioni evolutive delle piattaforme; - unica policy</p>	<p>Creazione di apposite sezioni nel sito istituzionale dedicate alle due manifestazioni, con migrazione dei contenuti dai precedenti siti e organizzazione/ pubblicazione dei contenuti relativi al 2026</p> <p>Pubblicazione post e campagne di sponsorizzazione su facebook istituzionale</p>	Da gennaio a settembre 2026	Nessun costo previsto	<p>Analisi dati visualizzazioni delle sezioni del sito istituzionale dedicate alle due manifestazioni</p> <p>Report campagne sponsorizzate e numero di persone che seguono le pagine</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
22. <b>POTENZIAMENTO DEL BRAND VISIT FOLIGNO</b>	<p><b>Strategici</b> Gli obiettivi dell'Ente riguardano l'attuazione di strategie di marketing e promozione territoriale per il rilancio e potenziamento della Città di Foligno per costruire e promuovere l'identità unica della città coinvolgendo diversi aspetti commerciali, sociali, culturali e turistici.</p> <p><b>Comunicazionali</b> Identificare in maniera significativa la città di Foligno e le peculiarità del suo territorio affinché la Città sia riconosciuta per le sue capacità di essere un luogo di "qualità", favorendone in tal modo anche lo sviluppo commerciale</p>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cesira Sargenti</li> <li>- Tredici Patrizia</li> <li>- Crucianelli Alessia</li> <li>- Piselli Elisa</li> <li>- Mirabile Annalisa</li> <li>- Vitali Antonella</li> <li>- Morriggia Carolina</li> <li>- Ceconelli Francesco</li> <li>- De Benedittis Giuseppe</li> <li>- Magni Gianni</li> <li>- Riccucci Simone</li> <li>- Baldoni Piero</li> <li>- Collaboratori: azienda Be Anchor srls affidataria del servizio</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadini</li> <li>- Turisti</li> <li>- Associazioni</li> <li>- Operatori del settore</li> <li>- Aziende</li> </ul>	<p>Il contenuto del progetto, rispetto agli obiettivi sopra elencati, riguarda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elaborazione della piattaforma brand mediante sondaggio "Raccontaci Foligno" volto a definire l'identità di Foligno attraverso le voci di cittadini, turisti, associazioni;</li> <li>- comunicazione mediante i canali social Visit Foligno;</li> <li>- rebranding di materiale informativo e promozionale già esistente (cartaceo, digitale, audio) ed elaborazione di nuovo materiale e contenuti;</li> <li>- creazione del portale web Visit Foligno con elaborazione di interfaccia grafica, architettura delle informazioni, sistema di pescaggio automatico dal sito istituzionale dell'Ente e inserimento di nuovi contenuti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Realizzazione video</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- App</li> <li>- Service video</li> </ul>	<p>Dal 31/10/2025 fino al 31/12/2026</p>	<p>Euro 15.000/00 oltre iva</p>	<p>Osservazione diretta del progetto</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblci di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
23. <b>SEGNI BAROCCHI FESTIVAL</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Celebrare il Barocco in tutte le sue forme culturali, ad integrazione della Giostra della Quintana e delle attività realizzate dall'Ente Giostra</li> <li>- Diffondere la conoscenza di Foligno come città barocca</li> <li>- Promuovere l'immagine della città a scopo culturale e turistico</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza di Foligno come città barocca, tra i cittadini e all'esterno</li> <li>- Raggiungere il maggior numero di persone possibili interessate al tema</li> <li>- Raggiungere gli specialisti e gli storici del barocco</li> <li>- Promuovere la partecipazione agli eventi organizzati</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessorato alla cultura</li> <li>- Servizio Eventi culturali</li> <li>- Servizio Biblioteca</li> <li>- Direzione artistica</li> <li>- Collaboratori esterni per organizzazione</li> <li>- Gestori degli spazi comunali</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Specialisti e storici del barocco</li> <li>- Cittadini in generale</li> <li>- Ente Giostra Quintana e referenti dei Rioni</li> <li>- Artisti</li> </ul>	Promozione di Foligno come città barocca e 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Ascolto e gestione reclami, segnalazioni</li> <li>- Realizzazione video</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- App</li> <li>- Service video</li> </ul>	Dal 28/08/2026 fino al 05/09/2026	In corso di definizione	<p>Osservazione diretta del progetto</p> <p>Numero di partecipanti agli eventi</p> <p>Riscontro tramite studiosi e artisti partecipanti</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
24. ESTATE AL TRINCI	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creare un cartellone estivo di cultura, arte e spettacolo</li> <li>- Aiutare le associazioni o singoli artisti a realizzare proposte artistiche, mettendo a disposizione gratuitamente spazi e servizi</li> <li>- Aumentare l'offerta di intrattenimento e cultura per i cittadini e turisti durante l'estate</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Raggiungere il numero maggiore possibile di persone che possano partecipare agli eventi</li> <li>- Promuovere l'immagine della città presso cittadini e turisti</li> <li>- Aumentare il numero di visitatori da altre città</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assessorato alla cultura</li> <li>- Servizio Eventi culturali</li> <li>- Servizio Biblioteca</li> <li>- Associazioni</li> <li>- Artisti</li> <li>- Gestori degli spazi di palazzo Trinci</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associazioni</li> <li>- Altri promotori degli eventi ospitati</li> </ul>	Le varie iniziative offrono musica, arte, spettacolo, letteratura etc., creano un'offerta di spettacoli gratuiti per il pubblico e allo stesso tempo offrono uno spazio espressivo agli artisti, promuovendo inoltre l'immagine della Città per cittadini e turisti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Realizzazione brochure informative</li> <li>- Esposizione materiale informativo</li> <li>- Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa e conferenze stampa</li> <li>- Campagna stampa sui media locali (a pagamento)</li> <li>- Ascolto e gestione reclami, segnalazioni</li> <li>- Realizzazione video</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'Ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Social media</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- App</li> <li>- Service video</li> </ul>	Dal 15/07/2026 fino al 15/08/2026	In corso di definizione	Numero di partecipanti agli eventi

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
25. GIORNATE DANTESCHE	<p><b>Strategici</b> Consolidare l'immagine di città dantesca, celebrando la prima edizione e stampa della Divina Commedia, come da Statuto dell'Ente</p> <p><b>Comunicazionali</b> - Consolidare l'immagine di Foligno città dantesca - Aumentare il pubblico della manifestazione - Diffondere la conoscenza dell'iniziativa - Diffondere fra i cittadini la consapevolezza</p>	<p><b>Interni</b> - Servizio Biblioteca - Servizio Istruzione - Servizio Comunicazione</p> <p><b>Esterni</b> - Scuole del territorio - Comitato dantesco (dà l'indirizzo scientifico alla manifestazione, stila il programma delle iniziative in collaborazione con l'Assessore)</p>	Coinvolgere le scuole, i cittadini in genere, gli studiosi del settore (ogni fascia di pubblico con particolari iniziative dedicate) in modo da diffondere in modo capillare la conoscenza della prima edizione della Divina Commedia, il ruolo di Foligno e più in generale la conoscenza dell'opera dantesca	<p>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari - Realizzazione brochure informative - Realizzazione video - Organizzazione convegni, incontri pubblici, manifestazioni - Sezione dedicata del portale istituzionale - Comunicati stampa e conferenze stampa - Campagna pubblicitaria sui media locali (a pagamento) - Campagna sponsorizzata social (a pagamento)</p> <p>- Sedi e supporti di proprietà dell'ente, - Sito web - Social media - Media giornalistici - Service video</p>	gennaio - aprile 2026	Euro 15.000	- Osservazione diretta del progetto - Raccolta dati sul pubblico partecipante

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
26. DI NUOVO A TEATRO - MOSTRA SUI MANIFESTI E LE LOCANDINE DELL'EX TEATRO PIERMARINI	<p><b>Strategici</b> Valorizzare il patrimonio culturale e la memoria storica della città</p> <p><b>Comunicazionali</b> Far in modo che i cittadini ricordino o conoscano l'esistenza del Teatro Piemmarini, la sua storia, il suo aspetto originario, il suo ruolo sociale nella città</p>	<p><b>Interni</b> Servizio Biblioteca</p> <p><b>Esterni</b> - Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali - Ricercatori universitari del progetto Dicolab - Dipartimento di Comunicazione, musica e spettacolo dell'Università di Roma 3</p>	La storia del Teatro cittadino, la storia degli spettacoli e dei personaggi celebri che hanno frequentato Foligno, la città al centro di una rete di produzione teatrale e culturale	<p>- Realizzazione locandine e manifesti pubblicitari - Esposizione materiale informativo - Giornata dedicata al tema - Sezione dedicata del portale istituzionale - Comunicati stampa, conferenze stampa - Campagna sponsorizzata social (a pagamento) - Coordinamento con le attività di comunicazione della Scuola nazionale del patrimonio e delle attività culturali e dell'Università Roma 3</p> <p>- Sedi e supporti di proprietà dell'ente - Sito web - Social media - Media giornalistici</p>	Settembre - novembre 2026	Euro 3.000	Osservazione diretta del progetto

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
27. “LA FAMIGLIA CHE ALLARGA IL CERCHIO. Crescere insieme: racconta l'affido”	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Svolgere una attività di sensibilizzazione in materia di affido</li> <li>- Promuovere nelle scuole una cultura dell'accoglienza, della solidarietà e dell'affido familiare</li> <li>- Promuovere nell'intera collettività una rinnovata cultura dell'accoglienza e della responsabilità social</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicare e diffondere i risultati del progetto che prevede un concorso ( elaborati delle scuole) attraverso i canali istituzionali del Comune di Foligno</li> <li>- Esporre gli elaborati delle scuole durante il Festival della Vita 2027</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- A.S. Benedetta Delle Fate e A.S.Sabina Diotallevi e Psicologa Daniela Tofi (Equipe Affido)</li> <li>- Elisabetta Mazzeschi (Sportello Politiche Familiari)</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Scuole Secondarie di I grado di Foligno</li> <li>- Associazioni del Tavolo Natalitàoma 3</li> </ul>	<p>Il Comune di Foligno con il progetto e attraverso lo strumento privilegiato del concorso scolastico vuole attivare la riflessione e la creatività degli alunni delle scuole secondarie di I grado, valorizzando il protagonismo delle nuove generazioni</p> <p>L'iniziativa intende veicolare un messaggio di profonda solidarietà che superi i confini delle aule per raggiungere direttamente le famiglie del territorio, trasformando il lavoro dei ragazzi in un motore di cambiamento per tutta la comunità</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	2026 – 2027 (un anno)	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osservazione diretta del progetto</li> <li>- Incontri di restituzione e premiazioni finali</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<b>28. PROMOZIONE DELLA NUOVA SEDE DEL SERVIZIO INFORMAGIOVANI DEL COMUNE DI FOLIGNO</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miglioramento della sede del servizio Informagiovani (sede fisica, attrezzature a disposizione degli operatori, arredi)</li> <li>- Miglioramento della diffusione relativa alla conoscenza del servizio sul territorio</li> <li>- Maggiore riconoscibilità del servizio</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantire la riconoscibilità del servizio e l'accesso alla nuova sede</li> <li>- Migliorare il livello di conoscenza del servizio a favore dei giovani</li> <li>- Aumentare il numero di accessi al servizio</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mauro Fucà Servizio di piano e della gestione associata del Comune di Foligno</li> <li>- Silvia Bartoli Servizio di piano e della gestione associata del Comune di Foligno)</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Giovani residenti nel Comune di Foligno</li> <li>- Soggetti del terzo settore (associazioni, cooperative sociali, etc)</li> <li>- Scuole del Comune di Foligno</li> </ul>	<p>Promuovere l'attività e la sede del Servizio Informagiovani indicando le attività svolte, le tipologie di servizi offerti, le iniziative promosse e le modalità di accesso al servizio (anche tramite whats app, social)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> </ul>	<p>Dal 29/04/2026 giorno di inaugurazione del servizio fino al 31/12/2026.</p> <p>Durata del progetto: tutto l'anno 2026</p>	<p>Nessun costo previsto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoraggio degli accessi al servizio Informagiovani</li> <li>- Questionario di gradimento delle attività offerte</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<p><b>29. PROMOZIONE DEL NUOVO SERVIZIO DENOMINATO “CENTRO PER LA FAMIGLIA” DEL COMUNE DI FOLIGNO CAPOFILIA ZONA SOCIALE N. 8 APERTO A GENNAIO 2026</b></p>	<p><b>Strategici</b>  - Offrire alle famiglie un servizio sempre più rispondente alle molteplici esigenze legate alla vita familiare e alla cura dei figli  - Assicurare la più ampia fruibilità del servizio, attraverso un'adeguata promozione</p> <p><b>Comunicazionali</b>  - Garantire la più ampia conoscenza del servizio  - Raggiungere il maggior numero di famiglie e di cittadini</p>	<p><b>Interni</b>  - Marina Mengoni Servizio di Piano e della gestione associata del Comune di Foligno  - Silvia Bartoli Servizio di Piano e della gestione associata del Comune di Foligno</p> <p><b>Esterni</b>  - Famiglie e cittadini del Comune di Foligno  - Soggetti del terzo settore (associazioni, cooperative sociali, etc.)  - Istituti scolastici  - Media locali</p>	<p>Promuovere il Centro per la Famiglia Natura quale servizio nato per sostenere il benessere delle famiglie, della coppia e del singolo individuo.  Informare sull'attività del Centro quale spazio aperto, accogliente e accessibile, illustrando iniziative/eventi/servizi offerti e modalità di fruizione</p>	<p>- Sezione dedicata del portale istituzionale  - Comunicati stampa, conferenze stampa</p> <p>- Sito web  - Social media</p>	<p>Gennaio 2026 - aprile 2027</p> <p>Durata del progetto: anni 2026 - 2027 (16 mesi)</p>	<p>Nessun costo previsto</p>	<p>- Monitoraggio del numero degli accessi al servizio e del numero dei partecipanti a attività/iniziativa /eventi/servizi  - Analisi qualitativa e quantitativa dei soggetti esterni coinvolti nel progetto (terzo settore, istituti scolastici, media locali)</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<b>30. PROMOZIONE DEI LABORATORI EXTRASCOLASTICI DI ARTI, MESTIERI E COMPETENZE CREATIVE DEDICATI AI GIOVANI DI ETÀ COMPRESA TRA I 14 E I 35 ANNI</b>	<p><b>Strategici</b> - Aumentare l'offerta di servizi e attività rivolte ai giovani - Sviluppare competenze e talenti</p> <p><b>Comunicazionali</b> - Migliorare la conoscenza dei giovani circa le opportunità offerte dal territorio - Garantire la massima diffusione dei laboratori</p>	<p><b>Interni</b> - Mauro Fucà Servizio di Piano e della gestione associata del Comune di Foligno - Silvia Bartoli Servizio di Piano e della gestione associata del Comune di Foligno</p> <p><b>Esterni</b> - Associazione ICAM (Soggetto gestore dei laboratori) - Istituti scolastici - Associazioni di giovani - Giovani residenti nei Comuni della Zona Sociale</p>	<p>Con l'attivazione di laboratori rivolti ai giovani del territorio si intende dare massimo rilievo alle attività di professionalizzazione, ricreative e di socializzazione</p>	<p>Sezione dedicata del portale istituzionale</p> <p>Sito web</p>	<p>Aprile - ottobre 2026</p>	<p>Nessun costo previsto</p>	<p>Monitoraggio degli accessi ai laboratori Questionario di gradimento dei laboratori</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
31. LETTURE A PALAZZO	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere il benessere e lo sviluppo culturale dei bambini e delle famiglie del territorio</li> <li>- Valorizzare i nidi d'infanzia comunali come luoghi di partecipazione e crescita della comunità</li> <li>- Rafforzare la rete territoriale tra istituzioni, famiglie, servizi educativi</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza dell'iniziativa "Letture a Palazzo" presso famiglie, scuole e cittadinanza</li> <li>- Incentivare la partecipazione agli incontri di lettura e alle attività educative rivolte all'infanzia</li> <li>- Promuovere una cultura dell'infanzia basata sull'ascolto, sulla relazione e sull'importanza della lettura fin dalla prima età</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ufficio Servizi Scolastici del Comune di Foligno</li> <li>- Coordinamento pedagogico servizi educativi 0-6</li> <li>- Educatrici dei nidi d'infanzia comunali</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Famiglie con bambini in età 0-6 anni</li> <li>- Scuole dell'infanzia e servizi educativi del territorio</li> </ul>	<p>Promozione di incontri periodici dedicati alla lettura ad alta voce e alla diffusione della cultura dell'infanzia presso il Centro di Documentazione e Ricerca Educativa per l'Infanzia</p> <p>L'iniziativa intende valorizzare il libro e la narrazione come strumenti educativi, relazionali e culturali, favorendo momenti di incontro tra bambini, famiglie, educatori e territorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	Gennaio - maggio 2026 e settembre - dicembre 2026	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rilevazione della partecipazione agli incontri</li> <li>- Questionari di gradimento da somministrare alle famiglie che partecipano all'evento</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
32. 25 NOVEMBRE - GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere una cultura del rispetto, della parità e della non violenza all'interno della comunità</li> <li>- Sensibilizzare cittadini, scuole e servizi educativi sui temi della prevenzione della violenza di genere</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza delle iniziative promosse dal Comune in occasione del 25 novembre</li> <li>- Coinvolgere scuole, famiglie e territorio in momenti di riflessione, approfondimento e partecipazione</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <p>Ufficio Servizi Scolastici</p> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadinanza</li> <li>- Scuole di ogni ordine e grado</li> </ul>	<p>Promozione delle iniziative organizzate in occasione della Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne, attraverso attività di sensibilizzazione, eventi pubblici, momenti educativi e culturali rivolti alla cittadinanza, alle scuole e ai servizi educativi</p> <p>Le attività intendono promuovere una cultura del rispetto, della parità e della prevenzione della violenza, valorizzando il ruolo educativo della comunità e dei servizi territoriali</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	Novembre 2026, con iniziative concentrate in prossimità del 25 novembre	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rilevazione della partecipazione alle iniziative</li> <li>- Monitoraggio del coinvolgimento di scuole, famiglie e territorio</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
33. 20 NOVEMBRE - GIORNATA MONDIALE DEI DIRITTI DELL'INFANZIA E DELL'ADOLESCENZ A	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promuovere una cultura dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza all'interno della comunità locale</li> <li>- Rafforzare il dialogo tra istituzioni, scuole, servizi educativi e territorio sui temi dell'inclusione, della partecipazione e del benessere dei bambini</li> <li>- Valorizzare il ruolo educativo e sociale dei servizi comunali rivolti all'infanzia</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diffondere la conoscenza della Giornata mondiale dei diritti dell'infanzia e delle iniziative promosse dal Comune</li> <li>- Coinvolgere scuole, famiglie e cittadinanza in momenti di sensibilizzazione e partecipazione</li> <li>- Promuovere una maggiore consapevolezza sui diritti dei bambini attraverso attività educative e culturali</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ufficio Servizi Scolastici del Comune di Foligno</li> <li>- Coordinamento pedagogico servizi educativi 0-6</li> <li>- Nidi d'infanzia comunali</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadinanza</li> <li>- Famiglie</li> <li>- Servizi educativi privati e scuole di ogni ordine e grado</li> <li>- Associazioni culturali e realtà del territorio</li> </ul>	<p>Promozione delle iniziative organizzate in occasione della Giornata mondiale dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, attraverso attività educative, culturali e laboratoriali rivolte alla città, alle scuole e alle famiglie</p> <p>Le attività intendono valorizzare il protagonismo dei bambini, sensibilizzare la cittadinanza sui temi dei diritti dell'infanzia e favorire la costruzione di una comunità più attenta ai bisogni educativi e relazionali dei minori</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti di proprietà dell'ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	Novembre 2026, con eventi concentrati in prossimità del 20 novembre	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Raccolta di documentazioni e fotografica e report delle attività</li> <li>- Monitoraggio del coinvolgimento di scuole e servizi educativi</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
34. <b>OPEN DAY E ISCRIZIONI AI NIDI D'INFANZIA COMUNALI – ANNO EDUCATIVO 2026/2027</b>	<p><b>Strategici</b> Garantire alle famiglie un'informazione chiara e accessibile sui servizi educativi comunali 0-3 anni</p> <p><b>Comunicazionali</b> - Diffondere le informazioni relative agli open day e alle modalità di iscrizione ai nidi comunali - Facilitare l'accesso delle famiglie alle informazioni utili per la scelta consapevole del servizio educativo</p>	<p><b>Interni</b> - Ufficio Servizi Scolastici del Comune di Foligno - Coordinamento pedagogico servizi educativi 0-3 - Educatrici nidi d'infanzia comunali</p> <p><b>Esterni</b> Famiglie con bambini in età 0-3 anni</p>	<p>Promozione degli open day dei nidi d'infanzia comunali e diffusione delle informazioni relative alle iscrizioni per il nuovo anno educativo</p> <p>Le attività comunicative sono finalizzate a presentare l'offerta educativa dei servizi, gli aspetti organizzativi, le modalità di accesso e i valori pedagogici che caratterizzano i nidi comunali</p>	<p>- Realizzazione locandine pubblicitarie - Invio depliant informativo - Sezione dedicata del portale istituzionale - Comunicati stampa</p> <p>- Sedi e supporti di proprietà dell'ente - Sito web - Media giornalistici - Social media</p>	Maggio 2026	Nessun costo previsto	Rilevazione della partecipazione agli open day

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
35. <b>EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE - “ALLA LARGA DEI PERICOLI”</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasmettere e creare nella popolazione una cultura di Protezione Civile partendo dai bambini, futuro della società e base portante</li> <li>- Migliorare l'efficienza dei servizi offerti ai cittadini al verificarsi di situazioni di emergenza</li> <li>- Consolidare e aumentare la sinergia tra il Comune di Foligno e il Centro Regionale di Protezione Civile di Foligno</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estendere nell'ambito scolastico la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio ed in casa</li> <li>- Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica di previsione e prevenzione</li> <li>- Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile</li> <li>- Sviluppare le capacità per consentire ai bambini e agli insegnanti di affrontare in maniera adeguata le diverse situazioni di pericolosità</li> <li>- Completamento percorso di legalità con incontro tra ragazzi, forze di polizia, strutture operative di P.C. e istituzioni</li> <li>- Diffusione del rispetto delle regole e dell'educazione civica</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geom. Balducci Maurizio</li> <li>- S. Ten Federici Marco</li> </ul> <p>Per la giornata finale del progetto: ulteriore personale Area Polizia Municipale da individuare</p> <p><b>Esterni</b></p> <p>Scuole elementari IV classi del Comune di Foligno e Gruppi Volontariato di Protezione Civile</p> <p>Per la giornata finale del progetto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Forze di Polizia</li> <li>- Esercito</li> <li>- Strutture operative protezione civile</li> <li>- Associazioni di Volontariato di Protezione Civile</li> <li>- VV.FF.</li> <li>- Ulteriori enti istituzionali aderenti</li> </ul>	<p>Il progetto “Alla larga dai pericoli”, realizzato in collaborazione con le Associazioni di Volontariato, è stato proposto a tutti i circoli per coinvolgere le classi IV delle scuole primarie. Durante gli incontri (2 per ogni singola classe) sono state affrontate le tematiche relative alla Protezione Civile ed al funzionamento delle strutture operative, alla conoscenza dei rischi del territorio ed alla condotta da tenere in caso di emergenza, fornendo modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente</p> <p>Si è inoltre affrontata la tematica dei rischi domestici e dei comportamenti atti a ridurre il verificarsi di situazioni di pericolo in casa</p> <p>Per la giornata finale del progetto: visita guidata del Centro Regionale di Protezione Civile con la presenza di varie postazioni. I ragazzi si potranno confrontare con forze di polizia e strutture operative di P.C.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Organizzazione di un evento conclusivo</li> <li>- Realizzazione n. 2 incontri presso le classi IV elementari con consegna materiale didattico cartaceo</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Per la giornata finale del progetto.</li> <li>- realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- invio depliant informativo</li> <li>- giornata dedicata al tema</li> <li>- comunicati stampa, conferenze stampa</li> <li>- brochure didattiche</li> <li>- consegna materiale cartaceo</li> <li>- organizzazione di un evento</li> <li>- ufficio stampa</li> </ul>	<p>Anno scolastico 2025- 2026 (9 mesi)</p> <p>Giornata finale: aprile 2026</p>	<p>Come da previsione PEG</p>	<p>Non previste</p>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
36. “BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE” Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasmettere e creare nella popolazione, mediante l'utilizzo del sito web istituzionale, una cultura di Protezione Civile. Un comportamento corretto è fondamentale per la prevenzione dei rischi</li> <li>- Aumentare la resilienza nella popolazione</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estendere nella popolazione la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio</li> <li>- Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica dei concetti di previsione e prevenzione</li> <li>- Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile</li> <li>- Condividere i contenuti del Piano comunale di Protezione Civile</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geom. Balducci Maurizio</li> <li>- S. Ten Federici Marco</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anci Umbria ProCiv</li> </ul>	<p>Il progetto fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile, di cui all'art. 16 del Codice della Protezione Civile, che insistono sul territorio del Comune di Foligno</p> <p>Si parte da una breve descrizione del sistema protezione civile per poi analizzare con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale</p> <p>Nella scheda sono anche dettagliati i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale (art. 2 Codice della P. C.)</p>	<p>Sezione dedicata del portale istituzionale</p> <p>Sito web</p>	Annuale	Come da previsione PEG	Non previste

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Publici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
37. “...E SE CAPITASSE ANCHE A ME...” Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasmettere e creare nella popolazione, mediante la distribuzione di brochure, una cultura di Protezione Civile. Un comportamento corretto è fondamentale per la prevenzione dei rischi</li> <li>- Aumentare la resilienza nella popolazione</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estendere nella popolazione la cognizione e la consapevolezza delle diverse tipologie di rischi presenti sul territorio</li> <li>- Fornire modelli comportamentali tesi al rispetto del territorio e dell'ambiente nell'ottica dei concetti di previsione e prevenzione</li> <li>- Diffondere la cultura della protezione attraverso la conoscenza dei ruoli delle istituzioni che operano nel campo della protezione civile</li> <li>- Condividere i contenuti del Piano comunale di Protezione Civile</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geom. Balducci Maurizio</li> <li>- S. Ten Federici Marco</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Associazioni di volontariato facenti parte la Consulta Comunale delle Associazioni di Protezione Civile</li> <li>- Anci Umbria ProCiv</li> </ul>	<p>Il progetto fornisce alla popolazione informazioni sui rischi di protezione civile, di cui all'art. 16 del Codice della Protezione Civile, che insistono sul territorio del Comune di Foligno</p> <p>Si parte da una breve descrizione del sistema protezione civile per poi analizzare con schede dettagliate ogni singolo rischio (incendio, calore, alluvione, terremoto, neve, frane e industriale</p> <p>Nella scheda sono anche dettagliati i comportamenti da tenere prima, durante e dopo come parte fondamentale della prevenzione non strutturale (art. 2 Codice della P. C.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- Invio depliant informativo</li> <li>- Sedi e supporti dell'ente</li> <li>- Consegna materiale da parte dei volontari</li> </ul>	Annuale (2025-2026)	Come da previsione PEG	Non previste

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
38. “CONTROLLO DI VICINATO” - “OKKIO ALLA TRUFFE”	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentare la percezione di sicurezza nella popolazione</li> <li>- Favorire la coesione sociale</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilizzare la popolazione, soprattutto le fasce deboli quali gli anziani, sulle varie truffe e sui furti presso le abitazioni</li> <li>- Promuovere la sicurezza urbana attraverso la solidarietà tra i cittadini, allo scopo di ridurre il verificarsi di reati contro la proprietà e le persone</li> <li>- Accrescere la consapevolezza dei cittadini sulle problematiche del territorio e il livello di protezione dei propri beni con piccole cautele e misure di difesa passiva</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <p>Comandante Area Polizia Municipale</p> <p><b>Esterni</b></p> <p>Carabinieri</p>	<p>Creazione di gruppi di cittadini che in moto attivo effettuano segnalazioni qualificate alle forze di polizia. Il progetto viene presentato con incontri sul territorio</p> <p>Nel corso degli incontri vengono anche spiegate le principali truffe che coinvolgono la popolazione con particolare riferimento alle fasce deboli</p> <p>Per quanto riguarda quest'ultimo aspetto l'intenzione di creare anche una sezione dedicata all'interno del portale dell'ente in modo tale da combatterle nei modi più efficaci</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizzazione locandine pubblicitarie</li> <li>- Giornata dedicata al tema</li> <li>- Sezione del portale istituzionale dedicata</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> <li>- Brochure informative</li> <li>- Ascolto e gestione reclami</li> <li>- Consegna materiale</li> <li>- Sito web</li> <li>- Ufficio stampa</li> </ul>	2025 – 2026 (pluriennale)	Come da previsione PEG	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Numero segnalazioni pervenute</li> <li>- Numero di gruppi creati</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblci di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
39. ALLERTE METEO	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diminuire il rischio idrogeologico con una prevenzione non strutturale</li> <li>- Migliorare l'efficienza dei servizi offerti ai cittadini al verificarsi di situazioni di emergenza</li> <li>- Aumentare la percezione di sicurezza nella popolazione</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Avvisare e sensibilizzare la popolazione nei confronti del rischio idrogeologico</li> <li>- Promuovere la sicurezza relativa ai rischi di protezione civile</li> <li>- Accrescere la consapevolezza dei cittadini sulle problematiche del territorio e il livello di rischio</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geom. Balducci Maurizio</li> <li>- S. Ten Federici Marco</li> <li>- Segreteria del Sindaco</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cittadinanza</li> <li>- Regione Umbria (Centro Funzionale - Protezione Civile)</li> </ul>	<p>Informare la popolazione sui rischi inerenti la Protezione Civile significa contribuire alla sicurezza dei cittadini, permette di ridurre i rischi associati a fenomeni naturali particolarmente intensi come forti temporali, temperature molto alte o molto basse, oppure abbondanti nevicate</p> <p>Le previsioni diventano una risorsa da utilizzare nella prevenzione non strutturale di possibili evoluzioni meteorologiche e tutto ciò è traducibile in vantaggi di tipo sociale</p> <p>La comunicazione consiste nella massima divulgazione delle allerte meteo emesse dal Centro Funzionale della Regione Umbria utilizzando i seguenti canali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sito Comune di Foligno</li> <li>- pagina Facebook del Comune</li> <li>- pannelli luminosi</li> <li>- allerte telefoniche (sistema "Alert System")</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pubblicazione sui social</li> <li>- Pubblicazione su pannelli luminosi</li> <li>- Pubblicazione sul sito del comune</li> <li>- Telefonate a numeri fissi e cellulari</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sito web</li> <li>- Linea dati</li> <li>- Linea telefonica</li> </ul>	2026 (pluriennale)	Come da previsione PEG	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notifica ricezione telefonate</li> <li>- Visualizzazione post</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
40. PROGETTI PNRR DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E SICUREZZA NELLA P.A.	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Migliorare l'esperienza digitale dei cittadini nell'utilizzo dei siti web e dei servizi online del Comune, garantendo usabilità, accessibilità e trasparenza</li> <li>- realizzare interventi di facilitazione/formazione digitale rivolti ai cittadini attraverso i nodi di facilitazione digitale e i punti digitale facile del Comune di Foligno e dei Comuni della zona</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informare la cittadinanza sulle modalità di utilizzo dei servizi online e sulle funzionalità della nuova piattaforma web, adeguata pienamente alla normativa Agid</li> <li>- Far conoscere ai cittadini i servizi di facilitazione/formazione digitale e le modalità di accesso agli stessi</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Servizio Sistemi Informativi del Comune</li> <li>- Area Servizi Sociali</li> <li>- Servizio Progetti Europei e cooperazione</li> <li>- Servizio Comunicazione e Ufficio Stampa</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <p>Cittadinanza</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Promozione e diffusione dei servizi online e della nuova piattaforma web del Comune</li> <li>- Promozione e diffusione dei servizi di facilitazione/formazione digitale e delle modalità di accesso agli stessi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> <li>- Sedi e supporti dell'ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	<p>Piattaforma web del Comune: gennaio - febbraio 2026</p> <p>Interventi di facilitazione/formazione digitale rivolti ai cittadini: gennaio - giugno 2026</p>	Nessun costo previsto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Osservazione diretta del progetto</li> <li>- Numero servizi e partecipazione della cittadinanza</li> </ul>

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
41. <b>PROGETTI PNRR INTERVENTI PER LA RESILIENZA, LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E L'EFFICIENZA ENERGETICA</b>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentare la sicurezza e la sostenibilità dei comuni, intervenendo su infrastrutture locali e patrimonio edilizio</li> <li>- Realizzare interventi di efficienza energetica, valorizzazione di edifici pubblici e manutenzione e messa in sicurezza di strade comunali</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informare e coinvolgere la cittadinanza riguardo ai progetti del PNRR rispondendo a principi di monitoraggio civico, trasparenza e accountability</li> <li>- Informare la cittadinanza sui principali interventi realizzati nell'ambito dei vari progetti PNRR afferenti alla missione "Rivoluzione verde e transizione ecologica"</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Area Lavori Pubblici</li> <li>- Servizio progetti Europei e cooperazione</li> <li>- Servizio Comunicazione e ufficio stampa</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <p>Cittadinanza</p>	<p>Realizzazione di attività di partecipazione ai cittadini degli interventi realizzati.</p> <p>A titolo esemplificativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- interventi di efficientamento energetico su impianti di pubblica illuminazione</li> <li>- messa in sicurezza di alcune strade comunali</li> <li>- Stadio Blasone: efficientamento degli impianti, degli spogliatoi e dei locali della gradinata</li> <li>- "Campo de li giochi": messa in sicurezza e manutenzione straordinaria dell'impianto sportivo, abbattimento delle barriere architettoniche della tribuna autorità</li> <li>- museo MAC di Colfiorito e palestra scuola media Gentile: messa in sicurezza delle coperture</li> <li>- scuola materna ed elementare di Colfiorito: messa in sicurezza della copertura</li> <li>- palazzetto Dello Sport - Santo Pietro: efficientamento energetico</li> <li>- palestra di Colfiorito: messa in sicurezza e manutenzione straordinaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> <li>- Sedi e supporti dell'ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	Anno 2026, al termine della conclusione dei vari interventi	Nessun costo previsto	Osservazione diretta della partecipazione della cittadinanza

Progetto	Obiettivi strategici e di comunicazione	Pubblici di riferimento	Descrizione contenuti	Azioni Strumenti	Periodo di realizzazione	Costo previsionale	Azioni di monitoraggio
<p><b>42. PROGETTI PNRR INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA (infrastrutture sociali, famiglie, comunità e terzo settore) SERVIZI DI EDUCAZIONE E CURA PER LA PRIMA INFANZIA (potenziamento dell'offerta dei servizi di istruzione: dagli asili nido alle università)</b></p>	<p><b>Strategici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Perseguire obiettivi e realizzare progetti di rigenerazione urbana all'interno di un processo strategico di riqualificazione mirato a migliorare la qualità della vita, la sostenibilità ambientale e la coesione sociale</li> <li>- Ridurre situazioni di emarginazione e degrado sociale</li> <li>- Sostenere le capacità genitoriali e prevenire la vulnerabilità delle famiglie e dei bambini</li> <li>- Rafforzare i servizi sociali a favore della domiciliarità</li> <li>- Prevedere percorsi di autonomia per persone con disabilità</li> </ul> <p><b>Comunicazionali</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informare e coinvolgere la cittadinanza riguardo ai progetti del PNRR rispondendo a principi di monitoraggio civico, trasparenza e accountability</li> <li>- Informare la cittadinanza sui principali interventi realizzati nell'ambito dei vari progetti PNRR afferenti alla missione "Inclusione e coesione" e alla missione "Istruzione e ricerca"</li> </ul>	<p><b>Interni</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Area Governo del Territorio</li> <li>- Area Lavori Pubblici</li> <li>- Area Servizi Sociali</li> <li>- Servizio progetti Europei e cooperazione</li> <li>- Servizio Comunicazione e ufficio stampa</li> </ul> <p><b>Esterni</b></p> <p>Cittadinanza</p>	<p>Realizzazione di attività di partecipazione ai cittadini degli interventi realizzati.</p> <p>A titolo esemplificativo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rigenerazione urbana con interventi di manutenzione straordinaria e di riqualificazione di vari comparti compresi tra via Bolletta, via Gentile da Foligno, via Pierantoni, via dei Molini</li> <li>- realizzazione, in località Sterpete, di un nuovo parco inclusivo a servizio della città riqualificata e restituita alla collettività (Parco dell'Aeroporto-Parco degli animali)</li> <li>- Parco del fiume Topino: qualificazione del parcheggio con ampliamento della dotazione arborea del parco e integrazione/ampliamento delle connessioni ciclabili</li> <li>- Valle del Menotre. rigenerazione di aree pubbliche già antropizzate ma solo parzialmente utilizzate</li> <li>- "Campo de li giochi": eliminazione dell'ex palestra in via N. Sauro, incremento delle condizioni di sicurezza</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sezione dedicata del portale istituzionale</li> <li>- Comunicati stampa, conferenze stampa</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedi e supporti dell'ente</li> <li>- Sito web</li> <li>- Media giornalistici</li> <li>- Social media</li> </ul>	Anno 2026, al termine della conclusione dei vari interventi	Nessun costo previsto	Osservazione diretta della partecipazione della cittadinanza

			<p>della tribuna autorità e della gradinata, creazione spazi per cavalli, parcheggio interno e sala bar</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- palestra comunale</li> <li>"Fausto Ciccioli: interventi di riqualificazione e bonifica</li> <li>- ciclodromo comunale G. Casini: realizzazione palestra e palazzina servizi, palazzina uffici, locale ristoro e struttura bike sharing , pista bmx/pump track e tribuna</li> <li>- rifunzionalizzazione dell'area ex Foro Boario</li> <li>- palestra Campo di Marte - via Rubicone: realizzazione nuova palestra</li> <li>- interventi di supporto e sostegno alle capacità genitoriali e prevenzione della vulnerabilità delle famiglie e dei bambini</li> <li>- interventi di ristrutturazione di immobili e acquisto arredi, da destinare a persone con disabilità in grado di compiere un percorso di autonomia abitativa e di formazione e lavoro</li> <li>- rafforzamento dei servizi sociali a favore della domiciliarità</li> <li>- asilo nido Raffaello Sanzio: demolizione e ricostruzione dell'edificio</li> </ul>				
--	--	--	--	--	--	--	--

## 6. CRONOPROGRAMMA OPERATIVO DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Progetti	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	LUG	AGO	SET	OTT	NOV	DIC
1. RINNOVO CARTE DI IDENTITA' CARTACEE												
2. FESTA DELLO SPORT 2026												
3. IMPOSTA DI SOGGIORNO: ATTIVITA' DI FORMAZIONE												
4. TRIBUTI LOCALI: ATTIVITA' DI FORMAZIONE												
5. PROGETTO DI COOPERAZIONE INTERNAZIONALE "RURAL VOICES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT"												
6. ACCOGLIENZA E ATTIVITA' NEI MUSEI CIVICI (PALAZZO TRINCI - MAC - ORATORIO DELLA NUNZIATELLA - ORATORIO DEL CROCIFISSO - MUSEO DELLA STAMPA - MUSEO DELLA QUINTANA)												
7. PREMIAZIONE CONCORSO FOTOGRAFICO "IMMAGINA LA NATURA" E INAUGURAZIONE MOSTRA FOTOGRAFICA												
8. PRESENTAZIONE "PROGETTO NINFEA "												
9. RADUNO DEI SOCI DELLA LIPU NAZIONALE E BIRDWATCHING												
10. FESTA DEI BOSCHI 2026												
11. SERATA DI ASTRONOMIA: conferenza ed osservazione del Cielo estivo												
12. ESTATE AL PARCO												

<b>Progetti</b>	<b>GEN</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>APR</b>	<b>MAG</b>	<b>GIU</b>	<b>LUG</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OTT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
13. GIORNATE EUROPEE DEL BIRDWATCHING 2026												
14. NATALE AL PARCO DI COLFIORITO 2026												
15. CALENDARIO DEL PARCO 2027												
16. FOLIGNO CITTÀ FRANCESCANA												
17. PROMOZIONE OTTANTENNALE DELLA QUINTANA												
18. FOLIGNO CITTÀ DI PASSAGGIO DELLE MILLEMIGLIA 2026												
19. POTENZIAMENTO DEL BRAND TURISTICO DELLA CITTÀ DI FOLIGNO E GESTIONE DELLE PAGINE SOCIAL FACEBOOK E INSTAGRAM "VISIT FOLIGNO"												
20. CAMPAGNA PROMOZIONALE EVENTI ANNUALI												
21. INTEGRAZIONE DEI SITI DEDICATI A GRANDI MANIFESTAZIONI DELL'ENTE (GIORNATE DANTESCHE e SEGNI BAROCCHI) NEL NUOVO PORTALE DEL COMUNE												
22. POTENZIAMENTO DEL BRAND VISIT FOLIGNO												
23. SEGNI BAROCCHI FESTIVAL												
24. ESTATE AL TRINCI												
25. GIORNATE DANTESCHE												

<b>Progetti</b>	<b>GEN</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>APR</b>	<b>MAG</b>	<b>GIU</b>	<b>LUG</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OTT</b>	<b>NOV</b>	<b>DIC</b>
<b>26. DI NUOVO A TEATRO - MOSTRA SUI MANIFESTI E LE LOCANDINE DELL'EX TEATRO PIERMARINI</b>												
<b>27. "LA FAMIGLIA CHE ALLARGA IL CERCHIO. Crescere insieme: racconta l'affido"</b>												
<b>28. PROMOZIONE DELLA NUOVA SEDE DEL SERVIZIO INFORMAGIOVANI DEL COMUNE DI FOLIGNO</b>												
<b>29. PROMOZIONE DEL NUOVO SERVIZIO DENOMINATO "CENTRO PER LA FAMIGLIA" DEL COMUNE DI FOLIGNO CAPOFILA ZONA SOCIALE 8</b>												
<b>30. PROMOZIONE DEI LABORATORI EXTRASCOLASTICI DI ARTI, MESTIERI E COMPETENZE CREATIVE DEDICATI AI GIOVANI DI ETÀ COMPRESA TRA I 14 E I 35 ANNI</b>												
<b>31. LETTURE A PALAZZO</b>												
<b>32. 25 NOVEMBRE - GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE</b>												
<b>33. 20 NOVEMBRE - GIORNATA MONDIALE DEI DIRITTI DELL'INFANZIA E DELL'ADOLESCENZA</b>												
<b>34. OPEN DAY E ISCRIZIONI AI NIDI D'INFANZIA COMUNALI - ANNO EDUCATIVO 2026/2027</b>												
<b>35. EDUCAZIONE ALLA PROTEZIONE CIVILE - "ALLA LARGA DEI PERICOLI"</b>												
<b>36. "BUONE PRATICHE DI PROTEZIONE CIVILE" Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza</b>												
<b>37. "...E SE CAPITASSE ANCHE A ME..." Cosa fare prima, durante e dopo un'emergenza</b>												
<b>38. "CONTROLLO DI VICINATO" - "OKKIO ALLA TRUFFE"</b>												

<b>Progetti</b>	<b>GEN</b>	<b>FEB</b>	<b>MAR</b>	<b>APR</b>	<b>MAG</b>	<b>GIU</b>	<b>LUG</b>	<b>AGO</b>	<b>SET</b>	<b>OTT</b>	<b>NOV</b>	
<b>39. ALLERTE METEO</b>												
<b>40. PROGETTI PNRR DIGITALIZZAZIONE, INNOVAZIONE E SICUREZZA NELLA P.A.</b>												
<b>41. PROGETTI PNRR INTERVENTI PER LA RESILIENZA, LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E L'EFFICIENZA ENERGETICA</b>												
<b>42. PROGETTI PNRR INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA SERVIZI DI EDUCAZIONE E CURA PER LA PRIMA INFANZIA</b>												

## 7. VALUTAZIONE DEI RISULTATI

La misurazione dei risultati è la fase conclusiva della logica di pianificazione della comunicazione; 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 vengono monitorati indicatori quantitativi e qualitativi.

Indicatori quantitativi, tarati su obiettivi specifici:

- 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 dei servizi richiesti suddivisi per diverse tipologie, 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.