

Allegato 1)

Strategia per la comunicazione del progetto “QUA_quartiere bene comune” 2019/2024

Progetto di restyling dell'identità visiva e degli strumenti

PREMESSA

Nel corso della precedente Consigliatura, il Comune di Reggio Emilia ha sperimentato un modello di città collaborativa e di decentramento 'funzionale' centrato sulla *governance* dei beni comuni urbani, ovvero su un protocollo di collaborazione civica tra Comune e comunità (cittadini singoli, associazioni, centri sociali e sportivi, parrocchie, scuole, enti ecc.) per la realizzazione collaborativa di progetti di miglioramento della vita delle persone (welfare, educazione, sport, cultura, socialità e tempo libero..) e di governo del territorio (sostenibilità, mobilità, rigenerazione urbana, ecc.). Il protocollo consiste in un processo collaborativo attuato in tutti i quartieri di Reggio Emilia e suddiviso in fasi:

- la fase del confronto con la comunità per condividere i bisogni e le possibili soluzioni (**Laboratorio di cittadinanza**);
- la fase di individuazione delle soluzioni con l'assunzione di reciproci impegni e responsabilità (**Accordo di cittadinanza**);
- la fase di attuazione, in cui tutti i soggetti coinvolti a vario titolo collaborano alla realizzazione del progetto individuato;
- la fase di valutazione dei risultati raggiunti e degli impatti conseguiti, anche questa realizzata in modalità collaborativa e secondo un cruscotto di indicatori e un metodo di valutazione quali-quantitativo (per approfondimento e documentazione completa www.comune.re.it/siamoqua).

I risultati di questo programma di città collaborativa sono stati positivi, con oltre 2000 partecipanti ai laboratori di cittadinanza, oltre 700 soggetti attivamente coinvolti che hanno sottoscritto gli accordi di cittadinanza con il Comune, oltre 30.000 le ore di volontariato che cittadini e associazioni hanno garantito per dare vita agli oltre 160 progetti realizzati nei quartieri di Reggio Emilia tra il 2015 e il 2019 a beneficio di quasi 14.000 utenti. Si è trattato, in sostanza, di un programma che ha messo in campo nuove opportunità nei territori decentrati ricorrendo, oltre che alla risorsa pubblica, alle risorse della comunità civica per la *governance* dei beni comuni urbani.

Gli obiettivi del nuovo mandato

Il nuovo programma di mandato ha indicato la volontà di proseguire e consolidare il modello reggiano di città collaborativa, partendo dai principali risultati conseguiti dell'esperienza di **Quartiere, bene comune**.

Per consolidare l'esperienza di città collaborativa si prevede di agire in due direzioni tra di loro sinergiche:

1. potenziare la capacità trasformativa degli Accordi di cittadinanza, attraverso i quali costruire nuovi modelli per la produzione di servizi e di economie collaborative all'interno dei



quartieri, con un approccio basato sull'innovazione sociale e sulla capacità di auto-organizzazione delle comunità;

2. promuovere la cultura dell'innovazione e della collaborazione attraverso la promozione di comportamenti coerenti, in particolare per quanto riguarda il community engagement, le azioni di formazione e diffusione culturale dei valori della policy, delle pratiche collaborative realizzate e dei risultati ottenuti.

Fondamentale l'azione e la collaborazione con le attività che si svolgeranno all'interno del Laboratorio Aperto presso i Chiostrì di San Pietro, in attuazione della strategia di sviluppo urbana finanziata dall'asse 6 del POR FESR.

LE AZIONI OPERATIVE

AZIONE 1: PIANI STRATEGICI DI QUARTIERE

Il potenziamento della capacità trasformativa degli Accordi di cittadinanza si realizzerà, nelle nostre intenzioni, attraverso la realizzazione di veri e propri Piani strategici di quartiere in grado di prevedere e poi realizzare interventi di gestione del territorio (rigenerazioni urbane, infrastrutture per la mobilità e gli spostamenti, azioni di salvaguardia e valorizzazione del verde urbano) e di cura delle persone (welfare di prossimità, educazione e cultura, socializzazione, sport e tempo libero) che soddisfino le esigenze dei residenti e modifichino sostanzialmente la dotazione di servizi e opportunità.

I piani strategici di quartieri saranno realizzati secondo le fasi definite dall'attuale protocollo metodologico (Regolamento dei Laboratori di cittadinanza) ovvero:

a. Laboratori: realizzare laboratori di co-progettazione in tutti i quartieri di Reggio Emilia e per un tempo sufficiente a progettare soluzioni strategiche sia di cura della città che di cura della comunità tra gennaio e giugno 2020;

b. gestione del piano strategico: durerà tempi diversi nei diversi quartieri e a seconda dei progetti previsti dal Piano strategico in ciascun quartiere e dal livello di coinvolgimento degli stakeholder.

c. valutazione e rendicontazione: sono previste sia fasi di valutazione in progress, cioè in vigenza di Piano strategico, che in sede di chiusura (da gennaio 2024) in previsione del rendiconto di mandato della policy.

AZIONE 2: COLLABORATORI DI QUARTIERE

All'interno dei Piani Strategici di Quartiere avranno un ruolo fondamentale i centri sociali che costituiscono una rete di infrastrutture di patrimonio immobiliare pubblico, di attività di socializzazione e cura del quartiere e, più di recente, grazie all'intervento effettuato dal Comune di



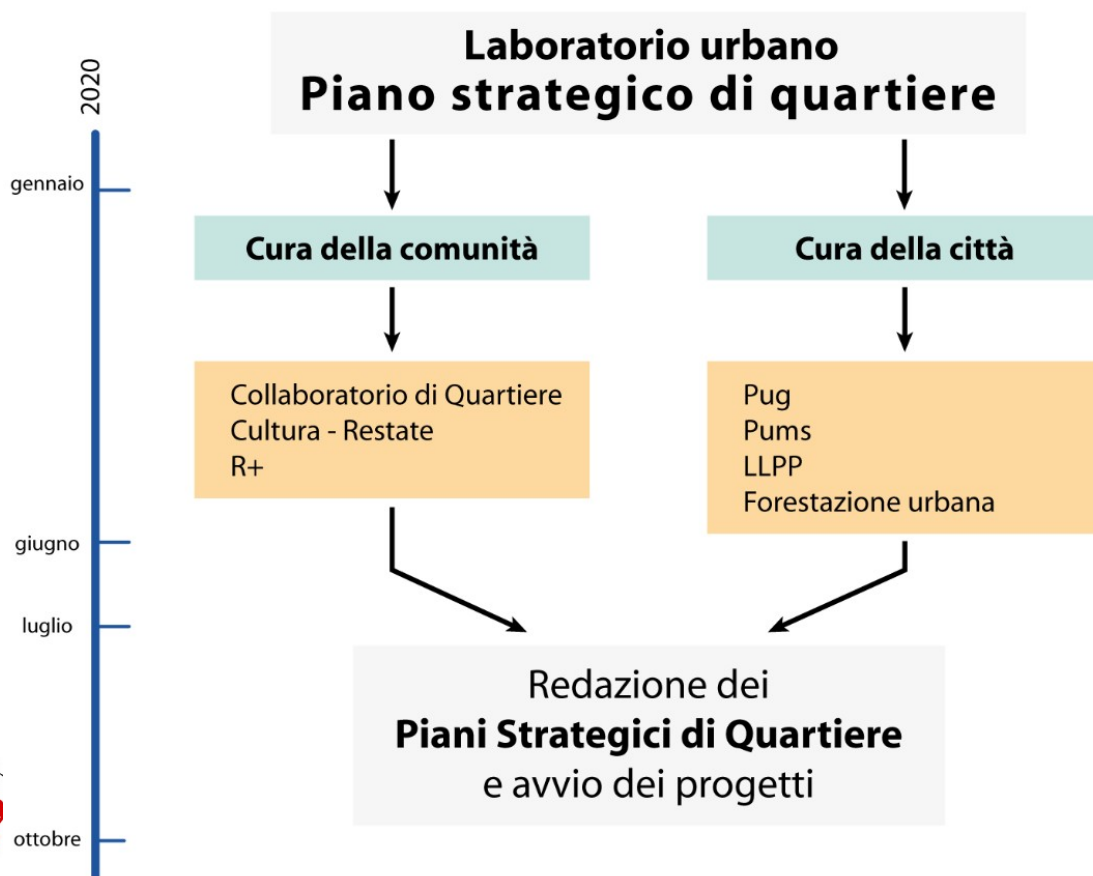
Reggio Emilia e da Lepida, anche di connettività pubblica. Date queste caratteristiche i centri sociali, insieme alle altre tipologie di ‘piazze sociali’ quali parrocchie, circoli, scuole e sedi di associazioni, sono stati protagonisti della maggior parte delle sperimentazioni attuate nei quartieri già all’interno

degli Accordi di cittadinanza sottoscritti tra il 2015 e il 2019. Il nuovo programma di mandato riconosce questi luoghi come i centri pulsanti della vita delle comunità territoriali, capaci quindi di diventare i soggetti protagonisti della trasformazione dei loro quartieri, attraverso la sperimentazione dei nuovi modelli di servizio e delle nuove economie collaborative, e la costruzione di network relazionali più densi, in grado di aggregare nuovi target (ad esempio i giovani), nuovi soggetti (ad esempio realtà imprenditoriali) e nuovi asset di attività (ad esempio il digitale).

L’obiettivo è trasformare questi luoghi in hub social-digitali (“collaboratori di quartiere”) in grado di assolvere a diverse funzioni:

1. fungere da ponti relazionali fra centro e periferia;
2. diventare centri erogatori di attività, servizi e iniziative per la comunità di riferimento (decentramento funzionale);
3. trasformarsi in prototipi di economie collaborative in grado di incubare modelli ibridi di impresa sociale o di comunità per favorire la produzione anche di valore economico attraverso la messa in campo di servizi e iniziative a favore della comunità interessata;
4. promuovere l’accesso al digitale come opportunità di inclusione e di cittadinanza.

Schematicamente il coinvolgimento delle comunità dei quartieri di Reggio Emilia si svolgerà come una sorta di percorso partecipativo unico (per quanto declinato e proposto singolarmente ai 18 quartieri di Reggio Emilia) come nello schema sottostante



LA COMUNICAZIONE DEL PROGETTO 2014/2019

Tra il 2014-2019 il progetto “QUA_quartiere bene comune” è stato supportato da una attività di comunicazione che - a partire dal logo definito per il progetto e format grafici coordinati - si è caratterizzata per un approccio orientato alla trasparenza delle informazioni e dei risultati, alla capillarità di diffusione delle informazioni e alla centralità dei cittadini nelle campagne di comunicazione.

In particolare, la comunicazione ha avuto (e intende mantenere) come obiettivi:

- accompagnare in modo efficace tutto il processo, dall'ingaggio della comunità per l'elaborazione delle proposte progettuali, alla loro realizzazione e alla loro valutazione ex post.
- garantire che il numero più ampio possibile di cittadini e portatori di interesse sia raggiunto dalle informazioni e dalle comunicazioni relative al progetto;
- tenere in considerazione sia la dimensione territoriale del quartiere, quando le azioni sono finalizzate al target specifico, sia la dimensione generalizzata della città quando lo scopo è far conoscere sulla scala più larga le intenzioni e/o i risultati dell'azione progettuale.
- non escludere la manifestazione di nessun interesse tra quelli in gioco anche attraverso l'utilizzo combinato di canali tradizionali e dei new media.

Sulla base della coerenza con questi principi, i processi di comunicazione sono stati pianificati in rapporto alle fasi temporali in cui si è svolto il processo di relazione con la comunità territoriale:

a. Fase di reclutamento e ingaggio della cittadinanza

Per garantire a tutti i cittadini di poter accedere alle opportunità di ascolto delle proposte e dei bisogni e di poter rappresentare la propria proposta o il proprio progetto, è stato definito un piano di comunicazione che comprende strumenti online e offline da realizzare nella fase di reclutamento e ingaggio della cittadinanza, singola e associata, per far emergere istanze e proposte progettuali.

In particolare sono stati realizzati:

	OFFLINE	ONLINE
CITTADINI SINGOLI	- cartolina Porta a porta a tutti i residenti nell'ambito - A3 luoghi di interesse - comunicato stampa	- Sito internet Comune - newsletter -social network (FB/Twitter)
CITTADINI ASSOCIATI /STAKEHOLDER *	- email dedicata - contatto diretto telefonico - comunicato stampa	

b. Fase di discussione e confronto per l'elaborazione dell'Accordo di cittadinanza

Durante la fase di confronto territoriale per l'elaborazione delle proposte progettuali vengono utilizzati strumenti di dialogo con il territorio sia on line che off line.

In particolare chiunque sia interessato a partecipare e a proporre ipotesi progettuali ha a disposizione diverse occasioni e strumenti:

- partecipazione diretta agli incontri aperti pubblici organizzati per raccogliere e approfondire ipotesi progettuali relative al quartiere di appartenenza;
- contatto email con architetti di quartiere (riferimento disponibile anche sul sito internet del Comune e riportato sulle cartoline porta a porta e sui materiali di comunicazione)
- presentazione di memorie e ipotesi attraverso l'interazione con i canali social network del Comune e del progetto.

Tutto il percorso di partecipazione che precede la sottoscrizione dell'Accordo di cittadinanza è tracciato sul sito internet del comune alla sezione www.comune.re.it/siamoqua.

c. Fase di vigenza dell'Accordo di cittadinanza

Una volta sottoscritto l'Accordo di cittadinanza, la comunicazione accompagna l'avvio e lo svolgimento dei progetti attraverso:

- la pubblicazione sul sito internet di schede progetto che evidenziano le caratteristiche del progetto e lo stato di avanzamento del progetto stesso;
- la promozione sui canali web e social del Comune e del progetto delle attività e dei progetti in essere, mano a mano che si realizzano nei singoli territori
- la realizzazione di format di comunicazione riconoscibili per la realizzazione dei supporti di comunicazione legati ai progetti stessi.

d. Fase di rendicontazione dell'Accordo di cittadinanza

Una volta concluso l'Accordo di cittadinanza, la comunicazione supporta anche la fase di rendicontazione dei risultati e degli impatti prodotti dall'Accordo nei singoli territori.

In particolare le azioni comunicative previste per questa fase sono:

- la pubblicazione sul sito internet dei risultati dei progetti contenuti nell'Accordi di cittadinanza, secondo gli indicatori di risultato previsti nello stesso Accordo di cittadinanza e quindi sottoscritti da tutti i partecipanti;
- la promozione sui canali web e social del Comune dei risultati e degli impatti realizzati dagli Accordi
- la diffusione di prodotti a stampa con i medesimi contenuti
- la realizzazione di azioni di informazione verso i mass media locali.

e. Campagne Advertising

Durante i quattro anni di attività, sono state realizzate campagne advertising in concomitanza di fasi significative del progetto. Tutte le campagne hanno valorizzato il protagonismo dei cittadini e i risultati raggiunti grazie alla loro collaborazione.

Nell'allegato al brief sono illustrate brevemente le campagne di comunicazione realizzate.

TARGET

Il target generale del progetto è articolato su più livelli:

> locale

- cittadini singoli
- associazioni e cittadini formalmente organizzati
- stakeholder sui territori (enti sul territorio, scuole, parrocchie, soggetti privati, gruppi sportivi,...)
- stakeholder istituzionali
- media

> extra-locale

- enti e associazioni che si occupano di innovazione sociale
- altri comuni/enti pubblici attivi sui temi del protagonismo civico, dell'innovazione sociale e dei beni comuni urbani
- enti statali (ANCI, DFP ecc.) e organismi internazionali che promuovono innovazioni urbane

LA COMUNICAZIONE DEL PROGETTO 2019/2024: COSA CHIEDIAMO

Partendo dai nuovi obiettivi di policy, con le relative azioni, e dall'analisi degli strumenti di comunicazione esistenti, l'esigenza del committente è relativa a **un'azione di rilancio del identità del progetto attraverso l'individuazione di una nuova strategia/cifra comunicativa** (fermo restando il logo e il naming del progetto) **che sappia:**

- **identificare una strategia di storytelling** dei processi che si attiveranno nei quartieri, intesa come capacità di raccontare il confronto collaborativo nei territori, di valorizzare la creatività, l'ingaggio e il senso di appartenenza che le comunità sanno esprimere in riferimento ai beni comuni urbani, di moltiplicare il coinvolgimento, le emozioni e il solidarismo che le logiche collaborative sanno mettere tacitamente in moto;
- ipotizzare un **piano mezzi** (tradizionale e digitale e **a partire dagli strumenti esistenti**) per **dare vita alla strategia di storytelling** e da utilizzare per accompagnare le fasi di lavoro dei processi sopra descritti.
- progettare due **campagne advertising di lancio e consolidamento** della nuova fase di attività (uscita prevista nel 2020). Ogni campagna dovrà prevedere un piano mezzi proprio, la cui realizzazione sarà poi a carico dell'Agenzia selezionata per un importo complessivo quantificabile in Euro 8.852,00 netti (iva esclusa) la cui.

In particolare, si chiede di tener conto nella strategia e nella definizione degli strumenti di comunicazione di raggiungere e provare ad attivare anche una fascia di età giovanile (18-30) e adulta (30-50) che negli anni scorsi ha partecipato meno attivamente al progetto.

Obiettivo del coinvolgimento di questi target è anche quello di definire una community di riferimento di utenti attivi e coinvolti a sostegno delle attività e dei progetti stessi, che possano partecipare in



modo produttivo alla costruzione dei contenuti e alla loro diffusione, soprattutto sui canali online.

L'agenzia selezionata sarà contattata dal committente per un incontro di brief a seguito dal quale si richiede la presentazione di **almeno 2 proposte di strategie e/o creative** rispetto alle quali il committente si riserva la possibilità di revisione.

L'offerta economica deve prevedere l'**ideazione e la fornitura di format aperti di tutti gli strumenti individuati nel piano mezzi**. Dall'offerta economica è esclusa la produzione e la stampa di tutti gli strumenti previsti dal piano mezzi che sarà a carico del committente.

Si richiede inoltre la consegna dei file esecutivi aperti in formato compatibile con Adobe CS e del pacchetto font per Windows.