



Comune di Reggio Emilia

Servizio Policy Politiche di Partecipazione

**OGGETTO: Progettazione e realizzazione di una campagna di comunicazione integrata a supporto del progetto “Insieme per combattere le truffe” del Comune di Reggio Emilia**

## 1. CONTESTO

A Reggio Emilia le truffe a danno di persone anziane sono in aumento e stanno assumendo caratteristiche molto diversificate, poiché avvengono in contesti differenti, con modalità variegata e coinvolgendo soggetti diversi. È importante, quindi:

- saper riconoscere le situazioni più a rischio, conoscere gli elementi che possono far pensare che sia in atto un tentativo di truffa e, di conseguenza, i comportamenti da assumere;
- assicurare vicinanza e supporto alle vittime, accompagnandole a denunciare il reato, rinforzandole nella loro autostima.

Il progetto “**Insieme per combattere le truffe**” del Comune di Reggio Emilia intende mettere a disposizione della popolazione anziana e fragile **un concreto programma di prevenzione e supporto**, capace di integrarsi e rinforzare altri e diversi progetti di informazione e prevenzione già presenti sul territorio (come ad es. il progetto [Difese Comunitarie](#) attivato per proteggere le fasce deboli della popolazione dalle truffe legate, in particolare, alle utenze domestiche), da attuarsi tramite **quattro azioni** complementari:

### A. Gruppi di controllo di comunità: “antitruffa di prossimità”

La prima azione prevede la messa in valore e il coinvolgimento del progetto di “controllo di comunità”, iniziato nel 2017 attraverso la stipula di un protocollo d’intesa tra Prefettura, Comune di Reggio Emilia, Polizia di Stato, Arma dei Carabinieri, che oggi dopo una fase sperimentale vede la presenza diffusa in tutta la città di 30 gruppi, 50 coordinatori con la partecipazione attiva di oltre 2.000 cittadini. Questa azione prevederà una formazione specifica ai coordinatori in merito ai reati riconducibili alle truffe per metterli nella condizione di veicolare informazioni e consigli nei rispettivi ambiti territoriali di appartenenza, utilizzando la messaggistica di “WhatsApp”, ma anche attraverso telefonate e soprattutto il “passaparola” in modo da raggiungere in maniera mirata l’utenza target, anche quella sprovvista di dispositivi di comunicazione, o maggiormente in difficoltà ad utilizzarli.

### B. Antitruffa in tour

La seconda azione prevede di utilizzare la presenza diffusa dei “centri sociali”, i luoghi di socializzazione maggiormente frequentati dalla popolazione anziana, come presidi permanenti di prevenzione “antitruffa”.

Nei 27 centri sociali esistenti verrà predisposto un “corner” specifico con materiale di informazione sul tema e una chiara tabella dei numeri di emergenza da attivare, mentre verranno formati i volontari e i baristi che gestiscono i centri in modo da attivare una rete di persone capace di sensibilizzare e presidiare il tema anche durante le attività di incontro e di svago del target.

Questa azione verrà completata con la definizione di un calendario di incontri pubblici per favorire l’incontro e lo scambio di esperienze e di informazioni tra cittadini anziani e forze dell’ordine.

### C. Sportello antitruffa

La terza azione consiste nella attivazione e sperimentazione di uno “Sportello Antitruffa”.

Quando si subisce una truffa, oltre al reale disagio fisico ed al coinvolgimento emotivo derivante dall’evento, si perde il proprio senso di autostima ovvero la sensazione di vivere al sicuro in casa propria. Il disagio dell’evento può essere attenuato solo se le vittime, soprattutto soggetti deboli,

anziani, vengono aiutate in una logica di intervento solidale specifico, su più campi, siano essi di tipo materiale, fisico o psicologico da parte di esperti.

L'obiettivo è quello di assicurare solidarietà sociale, ovvero uno sforzo congiunto da parte di tutti: consumatori, imprese, istituzioni e forze dell'ordine. Pertanto, per superare i danni materiali derivanti dall'aver subito una truffa, espletare misure burocratiche, affrontare danni fisici, psicologici ed economici con persone competenti e disponibili, pensiamo sia utile mettere a disposizione una serie di interventi ed aiuti differenziati, con la collaborazione delle istituzioni, degli enti e del volontariato. Lo sportello, che troverà sede presso un centro sociale comunale e sarà aperto almeno un giorno alla settimana, verrà gestito da volontari provenienti dall'esperienza dei gruppi di controllo di comunità che anche in questo caso verranno formati per acquisire le necessarie competenze e potrà godere della supervisione e collaborazione di associazioni di consumatori, della Polizia Locale e dei servizi sociali territoriali.

#### **D. Campagna di informazione e di sensibilizzazione**

Una campagna di comunicazione integrata a supporto del progetto "Insieme per combattere le truffe", oggetto del presente incarico.

## **2. OGGETTO DELL'INCARICO**

Oggetto del presente incarico è la **progettazione e realizzazione di una campagna di comunicazione integrata a supporto del progetto "Insieme per combattere le truffe"**, che dovrà realizzare i seguenti **obiettivi di comunicazione:**

- **informare il target delle persone anziane e fragili**, potenziali vittime del reato di truffa;
- **sensibilizzare tutti gli operatori pubblici e privati, reti parentali o amicali** che, venendo a contatto a vario titolo con persone anziane, possono assumere un ruolo nella prevenzione e nella tutela di questa categoria di persone;
- **assicurare solidarietà sociale** nei confronti di chi ha subito una truffa che spesso perde il proprio senso di autostima e la sensazione di vivere al sicuro in casa propria.

## **3. ATTIVITÀ OGGETTO DELL'INCARICO**

Le attività oggetto dell'incarico, da svolgersi nel periodo **agosto/dicembre 2021**, sono:

- (a) Ideazione e sviluppo del **naming del progetto**, della **proposta creativa** e sua declinazione sia sugli strumenti di comunicazione indicati dall'amministrazione che su quelli individuati dall'agenzia ;
- (b) Progettazione e realizzazione di una campagna di comunicazione "chiavi in mano", comprensiva della produzione degli strumenti;

Si precisa che, gli strumenti individuati dall'agenzia dovranno prevedere sicuramente:

1. progettazione e stampa di una campagna **affissioni**, che preveda i formati stradali:
  - a) 140x200 (40 stampe);
  - b) 280x200 (30 stampe);
  - c) 6x3 (10 stampe);
2. progettazione e stampa di **6 facce di totem 70x200** e **1 faccia di totem 100x380** (le cui strutture, di proprietà dell'amministrazione comunale, sono collocate in diversi spazi pubblici cittadini);
3. adattamento della campagna per **inserzioni sulla stampa locale**;
4. progettazione e stampa di **5000 flyer** informativi (Pieghevole formato chiuso 11x11, 3 ante, aperto 11x33, 4+4 colori, carta patinata 170gr);
5. **10 roll up avvolgenti autoportanti** (larghezza 90/100cm x 2 metri) per l'identificazione degli spazi informativi antitruffa nei centri sociali cittadini;
6. realizzazione di una **clip video** per diffusione sulle tv locali, pubblicazione su sito e social istituzionali;
7. realizzazione di un **spot radio** della durata di 30" per la messa in onda sulle radio locali;

La contrattualizzazione dei media locali è a carico del committente mentre la parte di declinazione della creatività sui formati vari che verranno indicati è richiesta all'agenzia e va quindi quotata.

Inoltre si precisa altresì che:

- Il progetto, con il naming individuato e le le informazioni di approfondimento relative, sarà ospitato all'interno del **sito web** istituzionale del Comune in una pagina web dedicata e il materiale informativo sarà distribuito nei centri sociali cittadini e nei principali luoghi di ritrovo del target di riferimento (es. Farmacie, sale d'attesa dei medici ecc);
- Il Comune è dotato di **canali social istituzionali** e di una **newsletter**, che saranno utilizzati con risorse interne, sia dal punto di vista della strategia che degli eventuali costi per sponsorizzazioni. Potranno essere richiesti all'agenzia adattamenti e declinazioni da utilizzare per le uscite social;
- Il Comune è dotato di ufficio stampa e quindi di autonoma strategia e operatività nella relazione con gli organi di informazione.

#### 4. VALORE DELL'AFFIDAMENTO

L'importo stimato per l'affidamento del servizio è di € 17.300,00 (IVA esclusa) così suddiviso:

4.1 - ideazione e sviluppo della proposta creativa e sua declinazione sugli strumenti di comunicazione individuati - € 6.557,00;

4.2 - progettazione e realizzazione della campagna di comunicazione integrata "chiavi in mano", comprensiva della produzione e distribuzione degli strumenti e dell'eventuale acquisto di spazi pubblicitari - € 10.743,00.

*I criteri e le modalità di affidamento sono specificate nel capitolato di gara allegato.*

#### 5. INFORMAZIONI

Per informazioni e chiarimenti è possibile contattare:

- Elisa Brianti 0522/585088 (per domande su aspetti progettuali)
- Raffaella Menga 0522/585130 (per domande su aspetti amministrativi)