
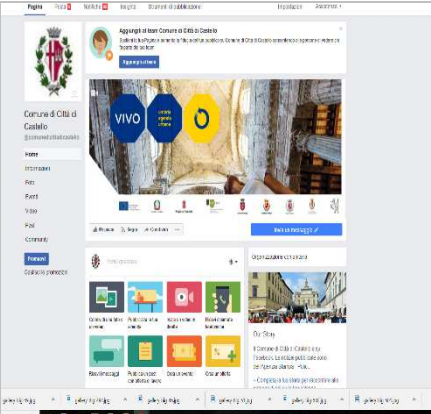





<p>Autorità urbana Città di Castello</p>	
<p>Nome progetto</p>	<p>“Agenda Urbana. Città di Castello smart/ Città di Castello Motore dell’Umbria - Vivo”</p>
<p>Descrizione progetto</p>	<p>L’Agenda Urbana costituisce un modello di riconversione smart della città: in primo luogo <i>le tecnologie Informazione e Comunicazione (TIC) e sistema digitalizzazione Pubblica Amministrazione (eGovernment)</i> attraverso la piattaforma software “City Hub”, per l’interoperabilità e la raccolta dati, il controllo, la gestione dei sottosistemi delle infrastrutture quali pubblica illuminazione, infomobilità, servizi digitali (SPID, app, web, cartellonistica multimediale, info turismo). Una tematizzazione specifica si è incentrata sulla smart public lighting e sulla mobilità sostenibile, essendo il programma di Agenda Urbana, coordinato e propedeutico al Pums del Comune di Città di Castello, Piano urbano della mobilità sostenibile, attualmente in redazione. Sul versante culturale e sociale l’aggiornamento della <i>fototeca on line</i> di Archiphoto e la digitalizzazione SBN Biblioteca comunale e della Biblioteca dei Baroni Franchetti, azioni per inclusione sociale e la lotta alle nuove e vecchie povertà.</p>
<p>Strategia di comunicazione</p>	<p>La strategia di comunicazione è stata letta localmente come un momento di forte mobilitazione sociale delle giovani generazioni, con il <u>coinvolgimento diretto delle scuole</u> nell’organizzazione e presentazione contenutistica dei materiali informative, la progettazione degli eventi pubblici, la <u>presenza sui socialnetwork a maggiore diffusione locale (Facebook e Instagram)</u>, la convergenza dei contenuti su presidi <u>multimediali</u>, circoscrivendo l’impiego di linguaggi e <i>old media</i> alla funzione di rinforzo o di complementarietà.</p> <p>Obiettivi: valorizzare il ruolo dell’Ue, Regione e Comune per il miglioramento della qualità della vita urbana e focalizzare sul concetto di rigenerazione urbana come nuovo ciclo. I materiali outdoor (segnaletica e cartellonista), i prodotti a rapido depauperamento (brochure) derivati dal pay off “Vivo” saranno integrati con l’azione “<i>Il fiore di Agenda Urbana</i>”, attraverso la messa a dimora di piante, cromaticamente rispondenti al tema della campagna (viola-giallo) e idealmente prossima all’immagine di nuova energia, nuovo sviluppo. La finalità di tale ampliamento delle forme della campagna “Vivo” si pone come ulteriore evidenziazione dei luoghi e degli interventi di Agenda Urbana, una volta completato il cronoprogramma e la permanenza temporale dei materiali tradizionali dell’informazione out door. Collegamento Obiettivi/Azioni: il macro obiettivo di Agenda Urbana, <i>implementare il digitale per rigenerare ambiente urbano</i>, sarà rappresentato dall’immagine coordinata della campagna “Vivo”, proiettandolo nell’immagine del fiore, che integra i tratti critici nella dimensione del superamento (<i>fiore, rifiorire</i>) e riposiziona la tecnologia nell’alveo della strumentalità.</p>

Strumenti di comunicazione (con layout individuati)	Titolo/Tema	Gruppo di destinatari	Tempi	Budget (con IVA) €	Indicatori di realizzazione
---	-------------	-----------------------	-------	--------------------	-----------------------------


per azione)					
Convegni/ seminari	<p>Presentazione Agenda Urbana e consuntivo</p>  	GP/BP/MI	2018/ 2022	1000.00	2
Seminari nelle scuole	 <p>Laboratori nelle scuole Progettualità annuale di comune e scuole del primo e del secondo ciclo per la presentazione dei temi e degli interventi di Agenda urbana. Verranno gestiti con risorse interne e avranno come obiettivo la redazione di una sintesi del concept Agenda urbana nella forma d'uso della <i>brochure</i>, di cui sarà realizzato il layout sulle linee guida grafiche e tematiche della campagna "Vivo". Non è prevista la pubblicazione cartacea degli elaborati ma un evento finale di restituzione del progetto compiuto.</p>	BP/MI	2019/2021	1000,00	5
Eventi tematici	Inaugurazioni cantieri e termine	GP	2018/ 2022	3000,00	10

<p>Social network</p>	 <p>(FB, Pagina ufficiale, Comune di Città di Castello)</p> <p>Profili e pagine su maggiori social (FB, IS). Sono previste campagne di sponsorizzazione generaliste e parallele alla comunicazione istituzionale di Agenda Urbana, attraverso l'attivazione della Pagina "Agenda Urbana", nell'ambito dei profili già esistenti su FB e IS "Comune di Città di Castello). La gestione sarà affidata all'Ufficio Stampa del Comune che attualmente cura l'immagine social dell'ente.</p>	<p>GP/MI</p>	<p>2018</p>	<p>gestione interna comune</p>	<p>3</p>
<p>Pubblicazioni/ video</p>	<p>Service audio video giornalistici su eventi collegati ad avanzamenti progetti Agenda Urbana</p>	<p>GP/MI</p>	<p>2018/2022</p>	<p>gestione interna comune</p>	<p>30</p>
<p>Comunicati stampa e conferenze stampa</p>	<p>Comunicazione giornalistica su eventi collegati a avanzamenti progetti Agenda Urbana, gestita dall'Ufficio Stampa del Comune</p>	<p>GP/MI</p>	<p>2018/2022</p>	<p>gestione interna comune</p>	<p>100</p>
<p>Acquisto spazi testate on line</p>	<p>Conclusione Progetto</p>	<p>GP/MI</p>	<p>2018/2022</p>	<p>2000,00</p>	<p>5</p>

<p>Poster ed affissione</p>	 <p>Due postazioni centro storico prestabilite. Una con immagine leader “Vivo” ed una a messaggio variabile per eventi specifici La temporizzazione è prevista ad inizio azioni, su eventi singoli e a conclusione degli interventi Agenda Urbana. Realizzazione della segnaletica, sulla base delle indicazioni contenute nella campagna “Vivo”.</p>	<p>GP</p>	<p>2018/ 2022</p>	<p>4000,00</p>	<p>1 fisso (6per3) 1 per eventi (6per3)</p>
<p>Campagne di promozione su social</p>	 <p>Campagna di sponsorizzazione di Agenda Urbana sulla base della temporizzazione scandita dal cronoprogramma.</p>	<p>GP/MI</p>	<p>2018/ 2022</p>	<p>3000,00</p>	<p>10</p>

					
Campagna Vivo, <i>/Il fiore di Agenda Urbana</i>	<p>Piantumazione nei luoghi di Agenda Urbana a cura di Servizio Ambiente e Convenzione Verde Comune di Città di Castello.</p> <p>La selezione della specie che rappresenterà il Fiore di Agenda Urbana è oggetto di una riflessione del Servizio Ambiente sulla base di varianti locali del fiore conosciuto come Pansè o Viola del pensiero, che mostra caratteristiche compatibili con modalità minime di manutenzione, Si riporta immagine esplicativa della variante individuata per verificare la rispondenza al panel cromatico di riferimento della campagna “Vivo”.</p>	GP/MI	2018 /2020	3633,00	10
Sezione su sito istituzionale integrato con social network e comunicazione giornalistica	<p>“Il diario di Agenda Urbana” è la nomenclatura della narrazione work in progress di Agenda Urbana sul sito istituzionale www.cittadicastello.gov.it, in convergenza con produzione audio/video, giornalistica e social nell’ambito della campagna complessiva di comunicazione su Agenda Urbana a cura dell’Ufficio Stampa.</p>	GP/MI	2017 /2018	gestione interna comune	100



					
Budget complessivo				17.633,00	