

PROGETTO TOO(L)SMART

OUTPUT AZIONE 5 - O.5.b

Codice Output	O.5.b
Denominazione	<i>Piano comunicazione (interna ed esterna) per l'efficace diffusione e disseminazione della BP</i>
Unità di Misura	Numero
Valore Target	1
Enti coinvolti	Ente Responsabile: Comune di Torino Enti Partecipanti: tutti
Descrittivo:	
<p>Nei primi mesi di progetto, il Comune di Torino ha elaborato un Piano di comunicazione (interna ed esterna) e disseminazione della Buona Pratica, volto a definire e coordinare le attività dei partner al fine di assicurare un'adeguata diffusione, a livello locale e nazionale, della Buona Pratica e dei risultati di progetto e, dunque, di incentivarne il riuso.</p> <p>Il piano, fra l'altro, individua, per ogni target identificato come bersaglio della comunicazione (PA, decisori politici e tecnici, modo della ricerca, imprese, cittadinanza, altri stakeholders), un set di azioni mirate e studiate per raggiungere al meglio il destinatario, assicurando una comunicazione efficace.</p> <p>Le azioni di comunicazione e disseminazione, infatti, sono state progettate per diversi target e sono state strutturate in diverse fasi e attività specifiche, che permettono di disseminare in maniera mirata tutte le azioni di progetto e i risultati raggiunti.</p> <p>Le attività di promozione e informazione sono state organizzate strategicamente incorporandole in un ambiente omogeneo al fine di soddisfare i criteri organizzativi, l'integrazione e la sinergia delle azioni, l'efficienza.</p> <p>Sono state definite anche regole di comunicazione interna della partnership, che viene assicurata tramite riunioni di progetto, videoconferenze nonché attraverso una cartella virtuale per lo scambio di idee, documenti e dati. L'Ente capofila ha definito e fornito tutti gli strumenti e modelli di comunicazione da utilizzare.</p> <p>La Città di Torino, in qualità di ente capofila, ha anche bandito una procedura di gara per affidare a un soggetto esterno ed esperto un servizio di supporto alle attività di comunicazione nell'ambito del Progetto Toolsmart, volto preliminarmente alla definizione di un'immagine coordinata di progetto e alla sua declinazione in vari strumenti di comunicazione specifici (1 totem, 500 cartoline, 500 adesivi, brochure di progetto, locandine, roll-up), cfr. anche O.5.e.</p> <p>Si rinvia agli allegati per tutti i dettagli.</p>	
Allegati:	
<p>All. 1 – Strategia di Comunicazione</p> <p>Template e Infografica modello, reperibile qui: https://drive.google.com/drive/folders/1Fcy_vcg6gCBd2F_06EhclWpQhmB_6tFt </p>	
Note:	
Il presente output accorpa:	

- l'ex-output "Piano di comunicazione interna ed esterna per l'efficace diffusione della BP, contenente strumenti di comunicazione per i diversi target"
- l'ex-output "Piano di comunicazione e disseminazione della BP"



TOO(L)SMART

Strumenti per la gestione informata e inclusiva delle politiche urbane per le Smart Cities

<p>Il presente documento ha lo scopo di presentare nel dettaglio la strategia di comunicazione e disseminazione individuata dal progetto TOO(L)SMART. Un Piano promozionale di comunicazione e disseminazione al fine di definire e coordinare le attività dei partner e di assicurare un'adeguata diffusione, a livello locale e nazionale, dei risultati di progetto.</p>

Informazioni di dettaglio	
Progetto	TOO(L)SMART Strumenti per la gestione informata e inclusiva delle politiche urbane per le Smart Cities
Attività	5.1 - Definizione della strategia di comunicazione e disseminazione
Livello di disseminazione	Documento interno al partenariato
Target di riferimento	Pubbliche amministrazioni, cittadini, imprese, mondo della ricerca, studenti, altri stakeholder
Organizzazione	Città di Torino – Ente capofila di progetto

Progetto finanziato all'interno dell'Avviso Open Community PA 2020 – Autorità di gestione del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020

Il progetto trasferisce ed evolve l'esperienza #Smart Me - realizzata dall'Università e dal Comune di Messina - volta a trasformare i sistemi urbani in una rete di oggetti che interagiscono con la comunità, secondo il paradigma dell'Internet of Things per una governance integrata ed efficiente delle politiche di sviluppo. Le eccellenze del progetto #SmartMe, l'infrastruttura tecnologica basata su cloud computing e open software e hardware per l'implementazione di reti di sensori e servizi digitali, così come gli aspetti partecipativi (Open Lab e crowdfunding) di coinvolgimento e monitoraggio civico saranno analizzati, adattati ai contesti locali e testati in condizioni reali. Alla base vi è l'idea di testare nuovi modelli di gestione informata e partecipata delle policy locali attraverso un set di strumenti ICT e processi gestionali ed organizzativi in grado di garantire sostenibilità ed economicità, stimolando al contempo il mercato della digital social innovation.

Obiettivi tematici su cui si posiziona il progetto

- OT1 - Rafforzare la ricerca, lo sviluppo tecnologico e l'innovazione
- OT2 - Migliorare l'accesso alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, nonché l'impiego e la qualità delle medesime
- OT3 - Promuovere la competitività delle piccole e medie imprese, il settore agricolo e il settore della pesca e dell'acquacoltura

Ambiti di riferimento del progetto

- Miglioramento dell'efficacia e aumento dell'efficienza delle procedure a tutti i livelli dell'organizzazione amministrativa
- Miglioramento della trasparenza, partecipazione e comunicazione a sostegno dell'azione amministrativa
- Interoperabilità dei sistemi informativi con altre banche dati
- Miglioramento di modelli e strumenti di controllo di gestione delle Amministrazioni

Strategia di progetto

L'innovazione tecnologica a servizio del bene comune è la filosofia alla base del concetto di Smart city che punta a trasformare le città con l'obiettivo di uno sviluppo economico sostenibile, un'alta qualità della vita, una gestione sapiente delle risorse naturali, raggiunte attraverso l'integrazione delle nuove tecnologie ICT, la partecipazione attiva dei cittadini e il loro autentico coinvolgimento nella governance cittadina. La "città intelligente" è dunque un tutt'uno con la "cittadinanza intelligente" e ha come primario obiettivo quello di rendere le nostre città più inclusive socialmente e con un migliore accesso ai servizi.

In questo contesto, si rileva la necessità delle PA locali di dotarsi di strumenti di conoscenza e di gestione delle politiche locali in grado di far leva sugli aspetti di collaborazione con i cittadini-utenti e con le imprese, adattando di conseguenza la propria strumentazione tecnologica - il più possibile grazie a paradigmi open per non incorrere in meccanismi di vendor lock-in –, rafforzando le proprie competenze in ambito di data management e ridisegnando i modelli gestionali, organizzativi e di governance territoriale. Il tutto in un quadro di risorse pubbliche decrescenti e quindi nell'ottica di razionalizzare e ottimizzare la spesa, anche grazie alla partecipazione civica e al partenariato pubblico privato. Il progetto #SmartMe nasce nel 2014 con l'obiettivo di rendere Messina una città intelligente tramite approcci "data-driven" e partecipativi grazie alla realizzazione di: un'Infrastruttura di gestione in cloud (Stack4things), operazioni di sensorizzazione diffusa, una piattaforma aperta per la visualizzazione di dati e applicazioni, operazioni di co-sviluppo con la comunità di riferimento. L'obiettivo generale del progetto è pertanto quello di trasferire e far evolvere la buona pratica, adattandola ai diversi contesti tecnologici e socio-economici locali, nonché alle prassi amministrative e gestionali degli enti coinvolti.

Il progetto mira a co-costruire un sistema integrato di raccolta e utilizzo di dati su variabili territoriali che rafforzi la capacità degli enti locali di rispondere alle sempre più complesse criticità insite nella dimensione urbana e che al contempo generi opportunità di innovazione e sviluppo economico. Attraverso una logica d'intervento aperta al contributo dei differenti partner– PA, Imprese, ricerca e cittadinanza - ed integrata in quanto a funzioni svolte - domini verticali e partenariato pubblico privato - si intende contribuire ad un cambiamento radicale e strutturale nel modo in cui l'ente locale, programma e attua le politiche territoriali. L'obiettivo è l'individuazione di nuovi modelli e strumenti di policy data-driven basate su dinamiche partecipative – insite nei modelli di

monitoraggio civico diffuso e di Open Lab di “Smart.Me” – e in grado di interpretare i trend tecnologici abilitanti - Internet of Things e Cloud Computing - in ottica open source e a basso costo (Architettura Stack4things). TOO(L)SMART facilita dunque la collaborazione, lo scambio, la governance e il dialogo “multilivello” e multi-attore sul tema della raccolta e gestione dei dati e dei servizi locali in ambiti di interesse (ambiente, energia, mobilità, cultura e turismo) nonché stimolando il mercato delle innovazioni urbane, favorendo così una migliore qualità dell'azione pubblica e una rafforzata capacità valutativa della stessa, in linea con l'asse 3 del PON Governance.

Dalla strategia di progetto al piano di comunicazione

La strategia di progetto sarà implementata secondo un piano di comunicazione attraverso il quale le azioni di comunicazione progettate per diversi target e diverse fasi sono pianificate e definite in una serie di attività specifiche che permettono di disseminare in maniera mirata tutte le azioni di progetto e i risultati raggiunti.

Le attività di promozione e informazione saranno organizzate strategicamente incorporandole in un ambiente omogeneo al fine di soddisfare i criteri organizzativi, l'integrazione e la sinergia delle azioni, l'efficienza, l'economia di scala, il rispetto dei principi trasversali dello sviluppo sostenibile e dell'innovazione sociale. Inoltre, il piano sarà anche finalizzato al rafforzamento di un dialogo aperto e costruttivo con i cittadini e gli stakeholder individuati.

Gestione della comunicazione

La gestione della comunicazione è principalmente riferita alla comunicazione interna della partnership che sarà promossa da riunioni di progetto, videoconferenze, e attraverso una cartella virtuale per lo scambio di idee documenti e dati. L'Ente capofila fornirà tutti gli strumenti e modelli di comunicazione da utilizzare.

Gli obiettivi della comunicazione rispetto agli obiettivi specifici del progetto

Macro-obiettivi:

- aumentare la conoscenza
- sensibilizzare
- influenza gli atteggiamenti

Obiettivi specifici:

- ☐ migliorare gli elementi efficaci e replicabili della buona pratica, evidenziando il ruolo dei partner di progetto e degli stakeholder coinvolti;
- ☐ assicurare la diffusione dei risultati per rafforzare lo sviluppo dell'innovazione;
- ☐ promuovere "modelli" identificati come replicabili ed esportabili per l'implementazione di politiche territoriali efficaci;
- ☐ modificare il comportamento delle pubbliche amministrazioni, dei responsabili decisionali e delle principali parti interessate di diversi settori.

La strategia è legata agli obiettivi specifici del progetto. Sono stati sviluppati gli obiettivi comunicativi corrispondenti, definiti i gruppi target e progettate azioni concrete che supporteranno l'interazione tra gli attori della comunicazione e i gruppi target.

Target di progetto

È fondamentale che - con la dovuta flessibilità di mezzi e strumenti - tutti i potenziali beneficiari ricevano informazioni in modo semplice ed efficace.

Per raggiungere i target individuati la comunicazione del progetto agirà su tre livelli:

- livello interno - partner del progetto,
- livello istituzionale – in generale tutte le pubbliche amministrazioni e il mondo della ricerca
- livello di opinione pubblica - formato da un pubblico locale

I principali gruppi target individuati a partire dai livelli di azione della strategia sono:

- per il livello interno tutti i partner del progetto,
- per il livello istituzionale le pubbliche amministrazioni, decisori tecnici e decisori politici e il mondo della ricerca,
- per il livello di opinione pubblica un pubblico locale formato da cittadini, studenti, insegnanti, giovani, imprese.

La strategia mira infine a consolidare gli opinion leader - politici, membri della società civile, media, mondo imprenditoriale, accademici - per aumentare la diffusione dei risultati. Verranno sviluppate azioni mirate e studiate per raggiungere al meglio i destinatari, assicurando una comunicazione efficace.

Le attività specifiche che il progetto individua nell'ambito della comunicazione sono:

Attività 5.2	Comunicazione e disseminazione - Promozione della BP per favorirne la futura adozione e sviluppo presso altri Enti tramite: diffusione e attività di coaching nell'ambito di "SmartCommunitiesTech"(Cluster Tecnologico Nazionale - Tecnologie per le Smart Communities); Osservatorio Nazionale ANCI; rete delle 14 città metropolitane del PON METRO14-20. Sinergie con attività di comunicazione dell'AdG e con la PAOC, per un ulteriore riutilizzo della BP. Reti di networking e canali web e di stampa
Attività 5.3	Promozione e coinvolgimento locale - Saranno coinvolti gli stakeholder e i cittadini per stimolare una partecipazione proattiva in ottica di co-progettazione. Ogni partner promuoverà il progetto con l'organizzazione di 1 evento sfruttando le reti già attive e i canali web (sito internet, social media, facebook, twitter, youtube) e di stampa. Saranno studiate attività di coinvolgimento degli utenti nell'attivazione della piattaforma con metodologie innovative, quali protagonismo e story-telling
Attività 5.4	Redazione di materiale promozionale - L'azione prevede: la creazione di un logo di progetto e di strumenti di comunicazione via web dedicati (sito internet o canali dedicati, da valutare), la redazione di materiale di comunicazione (quali leaflets, brochures, poster, video-clip, foto) sia in formato cartaceo che elettronico da promuovere durante gli eventi, online (siti web e social media) e sulla stampa cartacea

Tali attività sono state declinate in specifiche azioni che verranno portate avanti dall'Ente capofila di progetto con il supporto di un'Agenzia di Comunicazione che verrà individuata con procedura ad evidenza pubblica.

Le azioni riguarderanno:

- lo sviluppo del concept di comunicazione ed evidenziazione degli elementi di continuità grafica;
- la progettazione di un claim e di un payoff di progetto a partire dal logo di progetto esistente
Parole chiave del progetto: sistemi urbani, digital social innovation, infrastruttura tecnologica, smart city, governance; Internet delle cose, Open hardware e Open software, Dati;
- la rielaborazione grafica del logo di progetto, partendo dal modello già realizzato;
- la predisposizione del piano editoriale e dei contenuti, che saranno veicolati sui diversi canali di comunicazione del progetto (network website, twitter, network newsletter);

Nello specifico:

- posizionamento e rinnovo della Pagina internet di progetto,
- attività redazionale sui vari canali (sito internet, newsletter e social);
- la realizzazione di materiale stampa per testate nazionali ed estere, con azioni editoriali a supporto (Native advertising);
- la progettazione e la realizzazione grafica di materiale di comunicazione in versione web e stampa. In particolare:
 - brochure istituzionale
 - presentazione power point progetto

- cartolina (adattabile, in funzione dei differenti target e utilizzabile per eventi, con previsione di differenti “claim” e in linea con il “payoff”)
 - locandina base (adattabile per eventi e in formato da concordare)
 - poster (cartellonistica)
 - standard di infografica (in doppio formato: sia per produzione poster sia per condivisione sui social)
 - adesivo
 - roll-up.
- la progettazione e la realizzazione di un press kit elettronico (composto da schede di sintesi delle sperimentazioni locali, dati, modelli, immagini e video, comprensivo di selezione, armonizzazione ed editing su testi e immagini forniti);
 - l’ideazione di un gadget ‘del riuso’ con materiale ecosostenibile rappresentativo del progetto TOO(L) SMART;
 - il design grafico e la realizzazione in digitale della Guida finale denominata “Kit del riuso della buona pratica Smart Me;
 - la realizzazione di almeno 1 infografica animata (video) che sintetizzi il c.d. “Kit di riuso della Buona Pratica”;
 - la realizzazione di almeno 2 pillole video di circa 60”/120”- a partire da video forniti dai partner di progetto, secondo le indicazioni fornite dall’Ente capofila, e da una parte di girato durante l’evento di lancio. I video sono volti a illustrare i benefici della “buona pratica” nel contesto più ampio dell’Internet delle cose e delle politiche locali guidate dai dati; rappresentare le esperienze pratiche di riuso nelle singole città partner; evidenziare i risultati ottenuti;
 - la realizzazione di una breve “Guida” accompagnata da un webinar formativo a distanza sulle tecniche di storytelling, finalizzate alla realizzazione, da parte dei partner di progetto, di specifici output di comunicazione quali: transfer stories (articoli scritti e illustrati che raccontano il trasferimento della buona pratica a livello locale), vox pops (video interviste agli stakeholders locali).

Tutte le attività di comunicazione e disseminazione del progetto dovranno rispondere a specifici requisiti indicati dall'Autorità di Gestione del PON Governance e Capacità Istituzionale e sotto riportati.

TOO(L)SMART- Requisiti attività di informazione e comunicazione

Premessa

Queste pagine hanno lo scopo di supportare i beneficiari del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020 nell'applicazione delle disposizioni regolamentari in materia di informazione e comunicazione e di facilitare le loro attività attraverso l'indicazione di elementi utili a una corretta impostazione.

1. Indicazioni generali

Per informare il pubblico sul sostegno ottenuto dai fondi tutte le azioni di informazione e comunicazione realizzate dai beneficiari del Programma Operativo Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020 devono riportare la sequenza degli emblemi istituzionali di riferimento.



L'emblema dell'Unione europea, è sempre **chiaramente visibile e occupa una posizione di primo piano**. Le sue dimensioni sono adeguate alla dimensione del materiale o del documento utilizzato ed è **pubblicato a colori sui siti web**. In tutti gli altri mezzi di comunicazione è preferibile usare la versione a colori, utilizzando quella monocromatica solo in casi giustificati.

L'indicazione «Unione europea» deve essere fornita in forma scritta per esteso, utilizzando i caratteri e i colori indicati. Non sono ammessi corsivo, sottolineature o effetti speciali. La dimensione dei caratteri deve risultare proporzionata alla dimensione dell'emblema.

Trattandosi di un Programma Operativo plurifondo, il riferimento ai due fondi di pertinenza può essere sostituito da un riferimento ai fondi SIE. **Solo per gli oggetti promozionali di**

dimensioni ridotte non si applica l'obbligo di fare riferimento ai fondi; resta tuttavia necessario mantenere il riferimento all'Unione europea.

La sequenza degli emblemi istituzionali può essere corredata dall'emblema del Beneficiario e dall'eventuale logo di progetto.

2. Sito Web

Durante l'attuazione di un progetto, rientra tra le responsabilità dei Beneficiari quella di informare il pubblico sul sostegno ottenuto dai fondi attraverso il proprio sito web **(se disponibile)**.

Sul sito è necessario riportare una breve descrizione dell'operazione finanziata che comprenda anche le finalità e i risultati, evidenziando sempre il sostegno finanziario ricevuto dall'Unione attraverso la pubblicazione della sequenza degli emblemi istituzionali.

Nel caso di un sito web, per garantire il rispetto delle disposizioni regolamentari è necessario che la sequenza degli emblemi istituzionali venga pubblicata nell'istestazione.

3. Poster

I beneficiari sono tenuti a informare il pubblico sul sostegno ottenuto dai fondi almeno attraverso la realizzazione di un poster.

Tale poster deve:

- prevedere un formato minimo A3;
- contenere informazioni sul progetto finanziato;
- riconoscere il sostegno finanziario che il progetto ha ricevuto dall'Unione attraverso la pubblicazione della sequenza degli emblemi istituzionali;
- essere collocato in un luogo facilmente visibile al pubblico (ad. esempio ingresso di un edificio).

4. Indicazioni specifiche per alcuni strumenti di informazione e comunicazione

Video e spot televisivi – Oltre alla sequenza degli emblemi istituzionali, pubblicare sulla schermata finale e/o accompagnare con speakeraggio la seguente frase: *Realizzato con il cofinanziamento dell'Unione europea, Programma Operativo Nazionale Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020 – FSE/FESR.*

Spot radiofonici - Inserire in chiusura il seguente passaggio: *Realizzato con il cofinanziamento dell'Unione europea, Programma Operativo Nazionale Governance e Capacità Istituzionale 2014-2020, Fondo Sociale europeo e Fondo europeo di sviluppo regionale.*

Canali social - Pubblicare la sequenza degli emblemi istituzionali nell'intestazione del canale oppure inserire riferimenti al sostegno ottenuto dai fondi nella descrizione testuale del profilo.

5. Tool kit e invio materiali

Gli emblemi di riferimento del Programma nei diversi formati e un file editabile per la realizzazione del poster A3 sono disponibili sul sito del Programma www.pongovernance1420.gov.it nella sezione "Comunicazione".

Copia dei materiali realizzati, link e documentazione fotografica devono essere sempre trasmessi all'Unità di Informazione e Comunicazione dell'Autorità di Gestione del Programma all'indirizzo comunicazione.pongov14-20@agenziacoesione.gov.it

Si informano i beneficiari che gli adempimenti relativi alle azioni di informazione e comunicazione sono soggetti a verifica durante i controlli.

6. Normativa di riferimento

Regolamento (UE) n. 1303/2013 - GUCE L347/320 del 20 dicembre 2013

Capo II – Informazione e Comunicazione

Art. 115 – 116 – 117

Allegato XII "Informazioni e comunicazione sul sostegno fornito dai fondi"

Regolamento di esecuzione (UE) n. 821/2014 - GUCE L223/9 del 29 luglio 2014

Capo II – Caratteristiche tecniche delle misure di informazione e di comunicazione relative alle operazioni e istruzioni per la creazione dell'emblema dell'Unione e per la definizione dei colori standard

Artt. 3 – 4 -5

Allegato II "Istruzioni per la creazione dell'emblema e definizione dei colori standard"

7. Contatti

Unità di Informazione e Comunicazione dell'Autorità di Gestione del PON Governance e Capacità Istituzionale 2014-20202 comunicazione.pongov14-20@agenziacoesione.gov.it