AGGIORNAMENTO DEL PIANO DELLA COMUNICAZIONE PROGETTO OSCAR PLUS



SOMMARIO

1.	PREMESSA	3
	1.1 PROCEDURE DI GESTIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	1
	1.2 ADOZIONE E RIUSO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO OSCAR	5
2.	LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI	6
3.	STRUMENTI DIVULGATIVI ADOTTATI	7
	3.1 ATTIVAZIONE DI UNA REDAZIONE	7
	3.2 SITO WEB	7
	3.3 SOCIAL NETWORK (FACEBOOK)	8
	3.4 WEB TV	9
	3.5 EDUGAME	. 10
	3.6 BROCHURE di PROGETTO	. 10
	3.7 VOLANTINI e POSTER	
	3.8 EDUCAZIONE STRADALE NELLE SCUOLE	. 11
	3.9 MODELLO PARTECIPATIVO MOBILITY STYLES	. 12
	3.10 CONVEGNO FINALE	. 13
4	CRONOPROGRAMMA	13

Osservatorio per la Sicurezza dei Cittadini Automobilisti Responsabili

1. PREMESSA

Gli incidenti stradali sono, secondo le statistiche, attribuibili in primo luogo a comportamenti di guida impropri.

A fronte di ciò, nell'ambito del **Progetto OSCAR – Osservatorio per la Sicurezza dei Cittadini Automobilisti Responsabili** del Comune di Monserrato, si è ritenuto che l'obiettivo di ridurre il numero delle vittime degli incidenti stradali fosse da perseguire, non solo attraverso una serie di azioni strumentali, ma anche attraverso una **strategia di comunicazione** focalizzata su interventi ed azioni capaci di incidere sui fattori umani, psicofisiologici e comportamentali, fatali nella dinamica degli incidenti stradali.

Questo approccio è stato trasferito totalmente nel nuovo Progetto OSCAR PLUS, estendendo le principali Azioni divulgative a tutto il partenariato, ovvero ai **Comuni di Selargius, Quartucciu e Sinnai**.

Il presente documento richiama le linee guida generali del Piano di Comunicazione del precedente Progetto OSCAR (cfr. "PIANO DELLA COMUNICAZIONE - Linee guida per i soggetti attuatori - Progetto Oscar – Sicurezza stradale - Comune di Monserrato") con la finalità di impostare le attività di comunicazione ritenute importanti e rappresenta uno strumento funzionale sia per una pianificazione attenta delle attività di informazione e sensibilizzazione che per una loro corretta ed integrata gestione.

Le linee guida proposte emergono dall'analisi delle esperienze di successo condotte a livello nazionale e internazionale.

Si vuole evidenziare che il Piano di Comunicazione è elaborato mettendo al centro dell'attenzione i destinatari, in quanto le esperienze internazionali sul problema evidenziano che un'attività di comunicazione fortemente orientata al target risulta più efficace nel sollecitare nei destinatari l'adozione di comportamenti coerenti con le norme di sicurezza.

Il Piano risulta pertanto organizzato in funzione dei *target group* individuati, per ognuno dei quali sono stati identificati gli strumenti e le azioni di sensibilizzazione e informazione, più opportuni al raggiungimento degli obiettivi determinati.

1.1 PROCEDURE DI GESTIONE DELLE ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

Ai fini della realizzazione e della gestione del piano di comunicazione viene delineato il seguente percorso articolato in fasi:

PIANIFICAZIONE

In questa fase il piano di comunicazione contiene gli elementi essenziali: obiettivi, strumenti, metodologia, calendario di massima delle attività, budget, strumenti per la valutazione interna e il monitoraggio. Tuttavia, la programmazione dettagliata delle attività non può essere anticipata in questa fase perché occorre tener conto delle indicazioni formulate dalla Cabina di Regia.

ISTRUTTORIA

In base alla pianificazione, si avviano le necessarie attività istruttorie per dare seguito a quanto deciso, attivando le procedure ordinarie o in economia.

- IMPLEMENTAZIONE E REALIZZAZIONE

Si realizzano le attività di comunicazione, nel rispetto del piano di comunicazione elaborato.

Si stabilisce il cronogramma delle attività per coordinare il lavoro con i fornitori dei servizi e le attività gestite in proprio.

La rendicontazione dovrà essere:

- finanziaria: spesa effettuata
- amministrativa: procedura utilizzata
- fisica: n. copie dei materiali quantità prodotte dai sulla distribuzione dati sull'impatto

- ARCHIVIAZIONE E MONITORAGGIO

Per monitorare e valutare le attività realizzate si archiviano: materiali prodotti (editoriali, digitali, video ecc.), resoconto dei dati relativi ai contatti di pubblico (seminari, convegni, fiere ecc.) ed alla distribuzione, rassegna stampa.

- VALUTAZIONE

La valutazione è finalizzata a verificare l'efficacia, l'efficienza e la pertinenza delle attività del Piano. E' volta a misurare periodicamente l'avanzamento del Piano, in particolare per quanto riguarda i raggiungimento degli obiettivi. La lettura dei dati relativi all'impatto sul pubblico e alla



distribuzione dei materiali di comunicazione sarà utile per poter meglio pianificare in futuro e indirizzare le azioni in maniera più efficace.

1.2 ADOZIONE E RIUSO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO OSCAR

Come detto in premessa, si è scelta la via della prosecuzione delle principali azioni divulgative del progetto OSCAR, ritenute valide ed efficaci anche nel contesto del Progetto OSCAR PLUS.

Per quanto riguarda le tematiche preparatorie:

- analisi dello scenario;
- definizione degli obiettivi;
- segmentazione dei destinatari;
- scelte strategiche;
- scelte di contenuto;
- scelta degli strumenti e delle attività;

relative all'aggiornamento di questo Piano, si rimanda al Capitolo 2 e relativi paragrafi del "PIANO DELLA COMUNICAZIONE - Linee guida per i soggetti attuatori - Progetto Oscar – Sicurezza stradale - Comune di Monserrato".

Le azioni previste dal presente Piano di comunicazione sono ideate per innescare un meccanismo circolare e virtuoso, nel quale sono coinvolte le parti sociali ed istituzionali.

L'intento è quello di favorire la più ampia partecipazione dei portatori di interesse (*stakeholders*) nell'attuazione del Progetto OSCAR PLUS, ciascuno secondo i suoi ruoli, i suoi bisogni e le sue attese. In altri termini, nella programmazione e nell'eventuale revisione delle azioni di comunicazione sarà adottato un approccio partecipativo.

2. LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI

Vengono identificati gli obiettivi del Piano: l'obiettivo generale quello di contribuire alla riduzione del numero delle vittime e degli incidenti stradali nel territorio comunale, perseguito attraverso il raggiungimento di 5 obiettivi specifici o operativi (vedi tabella...).

L'Obiettivo generale si basa sul principio e sull'esperienza che portano a dire che le attività di informazione e formazione, coordinate da vari soggetti a seconda degli destinatari finali, producono effetti positivi sul comportamento degli "utenti della strada".

Lo schema degli obiettivi della comunicazione si può riassumere nella seguente tabella:

Obiettivo generale	Obiettivi Specifici				
	 Potenziare l'informazione ai cittadini sulle condizioni di rischio e sulle ripercussioni derivanti dagli incidenti stradali nel territorio comunale, al fine di consolidare la consapevolezza sulle condotte appropriate con le norme di sicurezza; 				
Contribuire a ridurre il numero delle vittime e degli incidenti stradali nel territorio comunale	Incoraggiare la partecipazione delle associazioni di categoria, del sistema delle imprese, delle rappresentanze dei lavoratori e dei cittadini nell'attuazione delle misure e degli interventi individuati, per la riduzione del rischio, dall'Osservatorio e dalla Consulta locale sulla sicurezza stradale;				
	 Ideare e promuovere specifiche iniziative/campagne di sensibilizzazione nel territorio comunale per accrescere la sensibilità collettiva sul tema della sicurezza stradale, incoraggiando negli utenti (guidatori e pedoni) comportamenti conformi alle regole della sicurezza stradale; 				
	 Valorizzare i vantaggi ambientali e collettivi associati alla sicurezza stradale; Aumentare la conoscenza dei principali fattori di rischio 				
	specifico rilevati sulla rete stradale comunale.				

Tabella 1 - Schema degli obiettivi del Piano di Comunicazione.

3. STRUMENTI DIVULGATIVI ADOTTATI

Partendo dall'analisi e dai dati relativi alla Comunicazione del Progetto Oscar, è stata effettuata una revisione a un adattamento del Piano, rappresentato da questo documento di sintesi.

In questa fase sono stati quindi indentificati gli strumenti divulgativi e le relative Azioni da utilizzare e sviluppare per il Progetto Oscar Plus.

Queste azioni e strumenti sono:

- 1. Attivazione di una redazione
- 2. Sito web e relativi contenuti;
- 3. Social media;
- 4. Web TV;
- 5. Edugame;
- 6. Brochure, volantini e poster sui contenuti del Progetto;
- 7. Educazione stradale nelle scuole;
- 8. Modello partecipativo "mobility Styles";
- 9. Conferenza/Evento finale.

3.1 ATTIVAZIONE DI UNA REDAZIONE

Con questa azione si intende identificare una o più persone capaci di sovraintendere alle diverse azioni di comunicazione del progetto.

La Redazione avrà il compito di verificare i contenuti e gestire la pubblicazioni di news e comunicati sul sito web e sui social network di progetto.

Avrà inoltre il compito di coordinare la conferenza/evento finale del Progetto.

3.2 SITO WEB

Si tratta di uno degli strumenti più utili per divulgare le informazioni di progetto al grande pubblico e quindi capace di raggiungere tutti i *target* ed a tutti gli *stakeholder*.

La progettazione e la realizzazione del sito web può essere trasferita, attraverso una procedura di riuso, dal Progetto Oscar, aggiornando i contenuti con i riferimenti al Progetto Oscar

Osservatorio per la Sicurezza dei Cittadini Automobilisti Responsabili

Plus e ai suoi partner.

Si precisa che il sito web vuole essere uno strumento dinamico e quindi potrebbe aver la necessità di evoluzioni e modifiche nell'organizzazione funzionale e nei contenuti durante il periodo di Progetto.

La realizzazione delle pagine web dedicate prevede la definizione dei seguenti elementi:

- Concept del portale: consiste nell'adattare i caratteri specifici del concept comunicativo al mezzo internet;
- database: consiste nella progettazione e realizzazione tecnico-strutturale del database, all'interno della quale si stabiliscono categorie, modalità di archiviazione, indicizzazione e relazioni fra campi e fra tabelle dati in base alle caratteristiche peculiari dei diversi servizi e delle diverse sezioni di contenuto da sviluppare;
- Layout: consiste nella messa a punto della veste grafica del sito quale sviluppo del concept grafico generale dell'iniziativa.

Il sito web includerà un'area pubblica ed un'area riservata. Nell'area pubblica, saranno inserite informazioni specifiche sul progetto e relative ad obiettivi, attività, risultati attesi, prodotti e partenariato e saranno caricati tutti i prodotti pubblici del progetto (materiale di comunicazione, pubblicazioni, ecc.); news di aggiornamento dello sviluppo del progetto saranno pubblicate periodicamente, mentre saranno inseriti *link* a siti di interesse per le tematiche affrontate. L'area privata sarà invece utilizzata esclusivamente dai partner per la comunicazione interna e per condividere i documenti tecnici di progetto (verbali, report ecc.).

3.3 SOCIAL NETWORK (FACEBOOK)

La comunicazione con i target individuati avverrà anche attraverso la revisione della pagina Facebook (<u>www.facebook.com</u>) ufficiale del Progetto Oscar, aggiornandola al Progetto Oscar Plus.

La pagina del *social network* manterrà le configurazioni con il numero massimo di funzionalità.

Si ritiene molto utile, ad esempio, la funzionalità *insights* per segnalare quali sono i *post* più apprezzati, le persone connesse alla pagina e con quale frequenza vengono condivisi i contenuti

Osservatorio per la Sicurezza dei Cittadini Automobilisti Responsabili

postati, le tematiche maggiormente affrontate e discusse ecc.

Si ipotizza di limitare solo agli amministratori la possibilità di inserire i *post* nella bacheca di *Facebook*, limitando al largo pubblico la possibilità di commentare.

3.4 WEB TV

Per continuare la sperimentazione attivata *col Progetto Oscar,* inerente le nuove forme di comunicazione, verrà ri-attivata la piattaforma *web TV*.

L'obiettivo è quello di ampliare e rafforzare il flusso informativo per offrire maggiore trasparenza all'attività istituzionale dell'Amministrazione Comunale in tema di sicurezza stradale e individuare nuove formule di partecipazione e coinvolgimento.

Le caratteristiche dello strumento, interattivo e multimediale, indicano inoltre la possibilità di ampliare e supportare i servizi resi ai cittadini dall'Ente comunale.

Le caratteristiche della piattaforma web tv interattiva sono:

- Interfaccia web tv con tecnologia adatta al prodotto;
- Organizzazione dei contenuti video;
- Visione di video on demand o streaming;
- Sistema di Video advertising;
- Icone interattive;
- Software CMS per gestione palinsesto;
- Visione Feed RSS;
- Visione di video anche in HD;
- Visione in contemporanea di contenuti video e html;
- Utilizzo di media server dedicati per garantire la qualità del servizio e numerosi accessi;
- Distribuzione di contenuti digitali in *flash streaming* con protezione dei diritti d'autore in quanto nessun video è memorizzato in locale;

La piattaforma della *web-tv* verrà impiegata per consentire l'accesso *on-line* a qualunque video realizzato in tema di sicurezza stradale.

3.5 FDUGAME

Si prevede il riuso, con eventuali modifiche, dell'edugame realizzato per il progetto Oscar.

Questo *software web* è dedicato al tema della sicurezza stradale, è articolato in livelli di difficoltà e complessità crescenti in relazione alle diverse fasce d'età degli utenti.

Questo approccio è stato pensato per stimolare, anche presso i più giovani, un precoce apprendimento delle regole di sicurezza stradale e favorire l'introduzione di modelli positivi.

Una distribuzione efficace del gioco e la fruibilità attraverso il portale web, può determinarne il successo.

Utenti con lo stesso livello di istruzione e con interessi comuni sono facilmente ricettivi rispetto a questi strumenti

3.6 BROCHURE di PROGETTO

La pubblicità realizzata mediante *brochure* rappresenta una soluzione economica e di comunicazione molto diretta. E' possibile diffondere messaggi in più posti contemporaneamente, con la possibilità di raggiungere *target* diversi.

In questo strumento di comunicazione un ruolo rilevante è rappresentato dalle immagini e dalla grafica.

La brochure sarà realizzata in modo da contenere dei testi e della immagini descrittive inerenti il Progetto, destinate al grande pubblico, non-tecniche. Saranno presenti informazioni generali sul progetto Oscar Plus e il suo Partenariato ed informazioni sul tema della sicurezza stradale.

Saranno riportati inoltre tutti i contatti utili per chi volesse approfondire la propria conoscenza relativa al Progetto.

Il successo dipende dalla distribuzione. Possono raggiungere persone predisposte ad accogliere il messaggio

3.7 VOLANTINI e POSTER

I volantini sono da intendersi come dei documenti agili e di facile consultazione, finalizzati all'informazione dei diversi beneficiari.

Pensati con le medesime caratteristiche funzionali della brochure ma maggiormente focalizzati su argomenti di interesse specifico. Il successo dipende dalla distribuzione

Tra i contenuti può essere inserito un decalogo o simile sulla sicurezza stradale, sviluppato per il progetto OSCAR, identificato come un valido strumento per i cittadini, e specie per i giovani, per affrontare consapevolmente la strada e le sue regole.

Lo scopo è quello di dare informazioni atte a prevenire gli incidenti e permettere a chi dovesse venirne coinvolto, di gestire il problema con un maggior numero di strumenti, dall'intervento di primo soccorso ai numeri utili.

I poster sono da considerarsi con dei contenuti simili ai volantini, ma stampati in formato più grande per poter essere affissi in luoghi selezionati (es. uffici pubblici, scuole, scuole guida ecc.).

3.8 FDUCAZIONE STRADALE NELLE SCUOLE

Si prevede di svolgere degli incontri nelle scuole, differenziati per le diverse tipologie di studenti. Questi appuntamenti, concordati per tempo con l'amministrazione scolastica, rappresentano un'ottima opportunità per promuovere la cultura della sicurezza stradale.

Il programma delle attività dovrà essere pensato per essere un momento di giocoapprendimento, attraverso delle iniziative di "animazione" dei destinatari.

In occasione di queste attività potrebbe essere utile avvalersi della partecipazione di *testimonial*, ovvero personaggi che, in virtù del possesso di determinate caratteristiche, "riescono ad ottenere la fiducia delle persone ed hanno quindi la possibilità di influenzarne gli atteggiamenti, le opinioni ed i comportamenti".

Si deve considerare che l'efficacia del testimonial nel veicolare il messaggio ed indurre quindi un cambiamento nei comportamenti dei giovani, può variare in relazione al livello culturale dei destinatari e del loro stile di consumo mediatico.

Osservatorio per la Sicurezza dei Cittadini Automobilisti Responsabili

Pertanto l'eventuale fase di selezione del testimonial rappresenterà un passaggio cruciale per l'efficacia del messaggio, dovendo il testimonial possedere caratteristiche di credibilità, attrattività, congruenza con il messaggio veicolato e dovendo rappresentare valori condivisi dal target giovanile.

3.9 MODELLO PARTECIPATIVO MOBILITY STYLES

Il modello partecipativo *Mobility Styles* è pensato per promuovere la mobilità sostenibile, si basa sul programma ideato ed implementato dal CRiMM (Centro Ricerche Modelli e Mobilità) dell'Università di Cagliari (su fondi Ricerca di base, Legge Regionale 7/2007) per l'area vasta di Cagliari.

Si tratta di un modello legato al concetto dei "Cambiamenti volontari di viaggio", ed è finalizzato alla promozione delle diverse forme di mobilità sostenibile.

In particolare, il programma è mirato ad incrementare la percentuale di spostamenti effettuati a piedi, in bicicletta, con tutti i mezzi pubblici, e infine con mezzi privati condivisi nell'area intercomunale del Progetto Oscar Plus.

L'interesse nei confronti di questo tipo di modelli è dovuto principalmente alla serie di vantaggi che la mobilità sostenibile può offrire rispetto all'uso dei veicolo privato:

- i mezzi pubblici producono basse emissioni di CO₂ rispetto a quelle prodotte dai corrispondenti spostamenti con il veicolo privato, ed in generale producono meno inquinamento atmosferico (es. la metrotranvia o i pullman elettrici);
- gli spostamenti in metropolitana o pullman sono più sicuri, in termini di incolumità personale e materiale, rispetto agli spostamenti in autovettura;
- l'utilizzo della metropolitana consente di evitare le problematiche di traffico che ogni guidatore affronta sia quotidianamente (ricerca di parcheggio in centro) che in condizioni variabili (ora di punta/di morbida e condizioni atmosferiche), offrendo un servizio a percorrenza certa.

3.10 CONVEGNO FINALE

Si prevede l'organizzazione di una conferenza/evento finale, a conclusione del Progetto.

Questo evento è da considerarsi indirizzato a diversi target di utenti e deve quindi contenere diversi momenti, dedicati alle diverse età.

La manifestazione potrà ospitare esperti di sicurezza stradale e testimonial, in un momento formativo dedicato agli adulti e agli addetti ai lavori (dipendenti degli Enti, agenti di Polizia ecc.).

Inoltre si possono programmare dei momenti ludico-ricreativi per coinvolgere in modo diverso gli alunni delle scuole, come ad esempio un torneo con l'*edugame* del progetto.

Un altro suggerimento è l'organizzazione di manifestazioni sportive e/o musicali focalizzate sul tema della sicurezza stradale, al fine di sensibilizzare i giovani sugli effetti sulla salute dovuti all'abuso dell'alcool ed all'uso delle sostanze stupefacenti.

4. CRONOPROGRAMMA

Le attività verranno sviluppate secondo un cronoprogramma, a cadenza trimestrale.

INCARICATO	ATTIVITA'	Lug-Ago-Set '16	Ott-Nov-Dic '16	Gen-Feb-Mar '17	Apr-Mag-Giu '17	Lug-Ago-Set '17	Ott-Nov-Dic '17
SPIVA	Progettazione						
CABINA DI REGIA	Attivazione di una redazione						
DELFIS	Sito web e relativi contenuti						
DELFIS	Social media						
DELFIS	Web TV						
DELFIS / Comitato Scuola Città	Edugame (Olimpiadi della sicurezza stradale)						
DELFIS	Brochure, volantini e poster						
CARRERA LONGA	Educazione stradale nelle scuole						
UNI.CA.	Modello partecipativo "mobility Styles"						
CABINA DI REGIA	Conferenza/Evento finale						