

## SCHEMA RELAZIONE DEL PROGETTO

### Premio COMUNICAZIONE SOCIALE Prima edizione

<b>DATI IDENTIFICATIVI PER L'ISCRIZIONE</b>	
<i>Titolo del progetto</i>	I reggiani, per esempio
<i>Ente proponente</i>	Comune di Reggio Emilia
<i>Settore/Ufficio proponente</i>	Direzione Generale – Servizio Comunicazione Relazioni Esterne e Marketing
<i>Indirizzo (Via, Cap, Città, Provincia)</i>	Piazza Prampolini 1 - 42100 Reggio Emilia
<b>RELAZIONE DI PROGETTO</b>	

## TITOLO DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE

### **I reggiani, per esempio**

Esperienze di Solidarietà, responsabilità Sociale e Cittadinanza Attiva

## TEMPI

*Aprile 2008 - in corso*

Il progetto si articola in più fasi. Ad oggi si sono concluse le due fasi fondanti il progetto:

- progettazione e costruzione di una rete di soggetti che operano sul territorio per confrontarsi sui temi del capitale sociale (Giugno 2008);
- raccolta delle storie e delle esperienze (Dicembre 2008).
- progettazione delle azioni di diffusione e formazione, esito della campagna di comunicazione e della raccolta di esperienze (in corso)

## MOTIVAZIONI GENERALI

La comunità reggiana è da sempre contraddistinta da un tessuto sociale coeso e solidale ed è ricca di esempi: progetti di responsabilità sociale delle imprese, volontariato nelle associazioni, gruppi di mutuo aiuto tra cittadini, attività delle scuole o delle parrocchie, etc. Il progetto intende rinsaldare la consapevolezza che, davanti all'incertezza e alla paura, la migliore risposta è ridare valore alle risorse di una comunità.

Se, da un lato, l'Amministrazione opera per favorire l'autonomia delle persone - offrendo loro opportunità di crescita e formazione attraverso un'offerta culturale diversificata ed accessibile e un percorso scolastico ed educativo qualificato - dall'altro è importante favorire la presenza di spazi e occasioni di incontro che permettono alle persone di partecipare alla vita pubblica, stare insieme e sentirsi parte di una comunità. Tutto questo si completa con la consapevolezza che, affinché nessuno "resti indietro", è fondamentale continuare a garantire una rete di servizi capaci di dare risposte a coloro che si trovano in situazioni di piccola o grande difficoltà.

Il progetto è stato coordinato dalla Direzione Generale che, attraverso il Servizio Comunicazione, Relazioni Esterne e Marketing, ha seguito la progettazione e l'organizzazione di tutte le fasi del processo.

Il coordinamento della Direzione Generale, inoltre, ha reso possibile il coinvolgimento di tutti i soggetti interni competenti ed attivi rispetto ai temi ed agli obiettivi considerati, in particolare:

- fotografare e rappresentare Reggio Emilia attraverso le azioni ed i progetti di cittadinanza attiva che la popolano significa parlare alla città parlando dei cittadini che, volontariamente, si impegnano a favore della comunità locale e dunque restituire con forza la consapevolezza e il valore del partecipare alla "cosa pubblica". È per questo che "I reggiani, per esempio" si inserisce all'interno di un progetto di più ampio respiro - accompagnato dal nuovo messaggio "**Città delle Persone**" - che caratterizza la comunicazione istituzionale dell'Amministrazione

comunale e che traduce un approccio alla città, ai cittadini e alle politiche che questa iniziativa vuole veicolare e rinforzare.

- definire un “manifesto dei valori” che metta in luce l’**intelligenza etica** della comunità come risorsa da conoscere, valorizzare e sostenere affinché sia patrimonio di tutti.
- contribuire alla formazione di un “**welfare di comunità**” ovvero alla costruzione di una rete di soggetti ed azioni che, sul territorio, contribuiscano in modo sinergico alla progettazione e all’erogazione di servizi efficaci ed efficienti rispetto ai bisogni della città e della comunità. In particolare, si intende promuovere il valore della partnership tra pubblico e privato, favorendo la costruzione di un patto di reale sussidiarietà orizzontale.
- Inserirsi nella definizione dell’**agenda pubblica** per lavorare sugli elementi e i valori che guidano la lettura e la percezione della comunità locale sulle tematiche e gli avvenimenti del nostro territorio.

Sin d’ora l’Amministrazione comunale e tutti i soggetti che hanno collaborato alla realizzazione di questa iniziativa si sono già impegnati ad avviare nel 2009 un percorso di confronto, progettazione e riflessione sui temi del capitale sociale, con l’obiettivo di mettere in rete sia i diversi soggetti sia le diverse esperienze raccolte e sostenere quelle a maggiore contenuto di innovazione e capacità di risposta ai bisogni

## OBIETTIVI

I reggiani, per esempio”, nasce con la volontà di ascoltare tutti coloro che, sul territorio, mettono in atto progetti di responsabilità sociale e cittadinanza attiva. Obiettivo dell’Amministrazione, infatti, è quello di promuovere e valorizzare i comportamenti di civiness positivi, stimolandone l’adozione e la diffusione.

All’interno del progetto ha assunto una particolare rilevanza la partnership e la collaborazione fra diversi soggetti, interni ed esterni all’Amministrazione: da un lato l’individuazione (come descritto in seguito) di stakeholder e attori del territorio con cui

Dall’altra l’attivazione ed il coinvolgimento delle risorse interne, attraverso la richiesta di un contributo attivo e della condivisione di *know how* del proprio settore. Fondamentale in quest’ottica è stata la partecipazione dei cittadini che sono stati i veri protagonisti della prima fase di ascolto/raccolta delle esperienze attraverso la segnalazione – diretta o indiretta – di esperienze di solidarietà, responsabilità sociale e cittadinanza attiva.

Per promuovere e favorire la partecipazione e la segnalazione di esperienze, è stato predisposto un apposito piano di comunicazione che prevedeva la realizzazione di una campagna (il cui visual è stato realizzato avvalendosi di immagini di volti di protagonisti reali di esperienze di solidarietà) e di diversi strumenti, tra cui:

- pieghevoli e brochure dell’iniziativa
- sito internet interattivo
- spot televisivo trasmesso sulle principali emittenti locali

- partecipazione del Sindaco, del Direttore Generale e dei partner dell'iniziativa a trasmissioni di approfondimento sulla principale emittente televisiva locale.
- campagna stampa che affiancava, tre giorni la settimana, pagine promozionali ad articoli dedicati alle storie e alle esperienze più significative.

Il particolare li sito internet ([www.comune.re.it/reggianiperesempio](http://www.comune.re.it/reggianiperesempio)) è stato pensato per favorire la bidirezionalità e l'interazione attraverso la creazione di un'apposita area per il caricamento diretto delle storie.

Da ultimo, la volontà di promuovere la partecipazione attiva e il coinvolgimento è stata ben rappresentata nella serata pubblica "La città ringrazia chi la rende migliore" che, il 18 Dicembre ha visto la presenza di tutti gli attori coinvolti nel progetto – partner, referenti interni, cittadini – ad un momento di riflessione e approfondimento. Alla serata, presentata da Duilio Giammaria (TG 1 –RAI), hanno partecipato - oltre al Sindaco di Reggio Graziano Delrio - Dario Fo, premio Nobel per la letteratura, Teresa Petrangolini, Segretario Generale di Cittadinanzattiva, Roberta Mineo, docente di psicologia sociale, Mons. Giovanni Nicolini e lo storico Andrea Romano.

## TARGET

1. Aziende
2. Associazioni del Terzo Settore
3. Scuole
4. Parrocchie
5. Gruppi informali di cittadini auto-organizzati

## STRATEGIE INDIVIDUATE

Trattandosi di un target di riferimento ampio, diversificato e, spesso, difficile da raggiungere in modo strutturato, la scelta dei partner ha puntato al massimo coinvolgimento di tutte quelle realtà associative che, sul territorio, raggiungono a vario titolo cittadini, enti e aziende. Oltre ad una funzione di segnalatori di esperienze e "moltiplicatori" di contatti, gli stakeholder coinvolti hanno avuto la funzione fondamentale di orientare – nella fase di raccolta e nella fase successiva che ci si appresta ad affrontare – rispetto ai temi, alle sensibilità, alle sinergie ed alle problematiche presenti nei diversi settori coinvolti. I partner sono stati veri e propri interlocutori attivi, coinvolti in tutte le fasi di progettazione e realizzazione dell'iniziativa, con lo scopo di costruire una vera e propria rete di relazioni che valorizzi l'idea di "capitale sociale" come risorsa di tutta una comunità che si genera e crea valore a partire dall'interazione tra i membri della comunità stessa. Il rapporto con i partner è stato gestito attraverso incontri – collegiali o individuali - e attraverso lo scambio di riflessioni e spunti resa possibile dalla condivisione costante dei materiali e dei documenti prodotti dai singoli.

**Collaborano con noi a questa iniziativa:** Camera di Commercio di Reggio Emilia, Enia spa, Azienda Unità Sanitaria Locale di Reggio Emilia, Fondazione "Pietro Manodori".  
**Associazioni di categoria:** Associazione Industriali Reggio Emilia, Associazione Piccole

Medie Imprese Reggio Emilia, Legacoop Reggio Emilia, Confcooperative Reggio Emilia, Confcommercio Reggio Emilia, Confesercenti Reggio Emilia, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa Reggio Emilia. **Sindacati:** Cgil Reggio Emilia, Cisl Reggio Emilia, Uil Reggio Emilia. **Organizzazioni del terzo settore:** Arci Reggio Emilia, Caritas Diocesana di Reggio Emilia-Guastalla, Consorzio Cooperative Sociali Quarantacinque, Consorzio di solidarietà sociale "Oscar Romero", Dar Voce - Centro di Servizio per il volontariato Reggio Emilia, Fondazione Enaip "Don Magnani".

### **AZIONI E TEMPI**

L'iniziativa è partita con la prima fase di progettazione e costruzione del gruppo di lavoro nel mese di Aprile 2009. Il progetto proseguirà per tutto il 2009 con azioni, progetti ed iniziative che derivano dalle prime fasi di lavoro (ascolto e raccolta) e che punteranno a diffondere e promuovere i valori e i principi alla base del progetto.

### **COSTRUZIONE E DESCRIZIONE DEL PROGETTO**

Il progetto è stato coordinato dalla Direzione Generale - Servizio Comunicazione, Relazioni Esterne e Marketing che, a partire da Aprile 2008, ha seguito la fase di progettazione ed organizzazione della campagna di comunicazione e la fase di raccolta e restituzione pubblica delle esperienze raccolte. Nell'iniziativa sono stati coinvolti anche i referenti dei partner dell'iniziativa oltre che ai dirigenti ed agli operatori dell'Amministrazione in quanto possibili "segnalatori" ed emittenti di storie ed esperienze realizzate nei rispettivi settori di attività.

### *Materiali predisposti*

Sono i seguenti stati realizzati strumenti:

1. depliant illustrativo dell'iniziativa per la raccolta delle storie;
2. locandina di presentazione dell'iniziativa;
3. sito internet dell'iniziativa ([www.comune.re.it/reggianipereseempio](http://www.comune.re.it/reggianipereseempio));
4. spot TV iniziativa;
5. uscite sui quotidiani locali;
6. materiali per la promozione de "La città ringrazia chi la rende migliore" (inviti/locandine/affissioni);
7. programma di sala con elenco emittenti delle storie;
8. Manifesto (dialogo socratico);
9. tabloid "Buone Notizie".

### *Fasi di realizzazione*

Nel 2008 sono state realizzate e concluse:

Fase 1: creazione rete di progettazione, comunicazione e raccolta esperienze di responsabilità sociale (Giugno 2008)

Fase 2: restituzione ed evento pubblico del 18 Dicembre 2008

## **RISULTATI E VALUTAZIONE**

Obiettivo dell'iniziativa era la raccolta di almeno 200 esperienze. Come emerge anche dal sito internet dell'iniziativa, l'obiettivo è stato raggiunto e superato con più di trecento "racconti", testimonianze e progetti arrivati in soli due mesi e l'avvio di un dialogo intenso e propositivo con gli attori del territorio.

Anche dal punto di vista della restituzione pubblica dei risultati, è stato più che positivo il coinvolgimento e la diffusione della cittadinanza e degli stakeholders con oltre 500 presenze alla serata pubblica "La città ringrazia chi la rende migliore" – svoltasi al Teatro Ariosto di Reggio Emilia, il 18 Dicembre scorso – e numerosi contatti e riscontri positivi pervenuti da parte dei dipendenti e dei cittadini attraverso l'URP o il contatto diretto con il Servizio Comunicazione.

Il coinvolgimento del personale ha permesso il conseguimento di due obiettivi:

- messa in luce di progetti e azioni in atto nell'Ente che presentano elementi di innovazione (e quindi che possono essere sviluppati, valorizzati e riprodotti) o, viceversa, che necessitano di una ridefinizione.
- valorizzazione del contributo e dell'attività dei singoli servizi attraverso la creazione di spazi di relazione e il potenziamento di contatti tra colleghi di servizi diversi e, non sempre, interagenti.

Numerosi sono stati i contatti e le richieste di informazioni registrate attraverso l'URP, la mail e il sito dell'iniziativa sia in fase di raccolta delle esperienze che a seguito dell'iniziativa pubblica per la richiesta di materiali e informazioni sulla progettazione successiva.

Per quanto riguarda i risultati con i partner, è stata riscontrata una partecipazione numerosa e propositiva agli incontri di progettazione organizzati ad oggi per la programmazione degli step di lavoro successivi. In particolare, molti dei partner hanno sollecitato l'Amministrazione a proseguire nel progetto dando la loro disponibilità a condividere risorse, idee e know how dei rispettivi settori.

## **RISORSE**

### *Costo complessivo del progetto*

I costi diretti dell'iniziativa – pari a circa 100.000 Euro, comprensivi di tutti i costi di progettazione, produzione e realizzazione dell'evento pubblico – sono stati coperti per la metà attraverso sponsorizzazioni.

### *Risorse umane interne all'Ente impegnate:*

Per la buona riuscita del progetto, è stato fondamentale il coinvolgimento dei Dirigenti dei servizi ai quali è stato chiesto, in fase di raccolta, di promuovere il progetto e segnalare esperienze attraverso la rete di referenti con cui, quotidianamente, collaborano. Come per i partner esterni, è fondamentale il contributo del personale in termini di messa a disposizione del know how specifico e capacità di lettura e contatto del territorio. Il personale è stato coinvolto attraverso apposite comunicazioni – personali e collettive – e incontri finalizzati a trasmettere la volontà di raccogliere esperienze per metterle a valore, condividendole con altri soggetti e rendendole materiale utile per la progettazione futura sui servizi. Lo spirito che ha animato il coinvolgimento del personale è stato proprio quello di chiedere a ciascuno di riflettere sulle esperienze e le buone pratiche relative alla proprio ambito di attività da segnalare e condividere.

### *Risorse professionali e tecnologiche esterne all'Ente:*

Il progetto grafico è stato realizzato dall'Agenzia HIC ADV di Reggio Emilia e le immagini sono di Photo Logos di Correggio (RE).

## **CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE**

Nel 2009 "I reggiani, per esempio" proseguirà con tre principali obiettivi:

1. **Diffondere** i materiali raccolti, sistematizzandoli e rileggendoli per continuare nella direzione dell'ascolto e per ricavare i principi che sono alla base delle esperienze. A questo scopo sarà realizzata una pubblicazione – che raccoglierà e analizzerà tutto il materiale pervenuto – e saranno documentate altre storie, trasmesse all'interno del palinsesto di

Telereggio, la principale emittente locale (i filmati realizzati sono visibili dal sito dell'iniziativa).

2. **Valorizzare** le esperienze raccolte attraverso iniziative e progetti che ne promuovano la condivisione. In particolare si prevede la realizzazione di un ciclo di appuntamenti formativi e di approfondimento aperte alla cittadinanza sui temi della giustizia sociale e sul civismo. Dal punto di vista progettuale, sono in via di organizzazione delle "comunità di pratica", ovvero degli spazi di condivisione e messa in rete di risorse e know how provenienti da partner attivi in settori diversi per disegnare interventi ed azioni comuni.

3. **Riprodurre** il capitale sociale, attraverso lo studio dei meccanismi e delle leve su cui una comunità può agire per "generare"/ "ri-generare" il capitale sociale. A questo proposito è in via di definizione un programma di ricerca sulla comunità reggiana in collaborazione con "Reggio Children".