



COMUNE DI BOLOGNA

PROGETTO DI RISTRUTTURAZIONE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA DI PICCOLO FORMATO BASATA SU NUOVE TECNOLOGIE

| | |
|---------------------------------|---|
| Soggetto Proponente: | IGPDecaux IGP DECAUX S.p.A. Centro Direzionale Milanofiori, Strada 3 - Palazzo B10 - 20090 Assago (MI) - Italy Tel. +39 02 654651 Fax. +39 02 6599037 www.igpdecaux.it |
| Progetto infrastrutture: |  ALPINA S.p.a. Via Ripamonti, 2 - 20136 MILANO (MI) Tel. +39 02 58305010 - Fax. +39 02 58307388 E-mail: info@alpina-spa.it - www.alpina-spa.it |

| N° Elaborato DOC.02 | Titolo PIANO DI COMUNICAZIONE PER LA CITTA' | Scala | | | | | | |
|-----------------------------------|--|--------------|-------------|---|-----------------|---|--|--|
| Revisione 1 | <table border="1"><thead><tr><th data-bbox="389 1883 427 1917">N°</th><th data-bbox="427 1883 1273 1917">Descrizione</th></tr></thead><tbody><tr><td data-bbox="389 1917 427 1951">0</td><td data-bbox="427 1917 1273 1951">Prima emissione</td></tr><tr><td data-bbox="389 1951 427 1984">1</td><td data-bbox="427 1951 1273 1984">Revisione a seguito modifiche richieste dal Comune</td></tr></tbody></table> | N° | Descrizione | 0 | Prima emissione | 1 | Revisione a seguito modifiche richieste dal Comune | Data Agosto 2021 Settembre 2021 |
| N° | Descrizione | | | | | | | |
| 0 | Prima emissione | | | | | | | |
| 1 | Revisione a seguito modifiche richieste dal Comune | | | | | | | |

| | | |
|-----------------------------|-------------|-----------|
| Redazione Elaborato: | | |
| REDATTO | CONTROLLATO | APPROVATO |
| VP | DB | MB |

INDICE

| | | |
|----------|---|----------|
| 1 | PIANO DELLA COMUNICAZIONE E DEI NUOVI SERVIZI DI COMUNICAZIONE DIGITALE..... | 1 |
| 1.1 | PIANO DI COMUNICAZIONE DELLA CITTÀ: OBIETTIVI..... | 1 |
| 1.2 | PROMOZIONE DELLE REALTÀ LOCALI..... | 1 |
| 1.3 | PROMOZIONE DELLA CITTÀ DI BOLOGNA..... | 2 |
| 1.4 | NUOVI SERVIZI DI COMUNICAZIONE DIGITALE..... | 2 |

1 PIANO DELLA COMUNICAZIONE E DEI NUOVI SERVIZI DI COMUNICAZIONE DIGITALE

1.1 Piano di comunicazione della città: OBIETTIVI

Nell'ambito del progetto di ristrutturazione della comunicazione pubblicitaria di piccolo formato basato su nuove tecnologie viene dedicata una particolare attenzione ad una nuova e moderna modalità di informazione ai cittadini.

L'obiettivo è migliorare la fruibilità (da parte dei cittadini e dei turisti) di alcuni ambiti urbani e, nell'intento di incentivare l'innovazione tecnologica e l'informazione al pubblico, anche di carattere innovativo interattivo e digitale, prevedere l'implementazione nell'arredo urbano cittadino di nuovi manufatti, perfettamente integrati nel contesto urbanistico e architettonico della città, caratterizzati da un alto contenuto di innovazione.

La comunicazione istituzionale ha un ruolo strategico per l'attuazione di politiche pubbliche sempre più diffuse e partecipate nell'interesse collettivo; è, infatti, uno strumento indispensabile per lo sviluppo di una collaborazione attiva tra cittadini e pubblica amministrazione, che è il presupposto per realizzare una "Città" sempre più in grado di rispondere adeguatamente ed efficacemente ai bisogni della collettività.

Assumono quindi particolare rilevanza le azioni pensate e concepite per fronteggiare l'esigenza delle amministrazioni di avvicinarsi ai cittadini e promuovere eventi e agende pubbliche.

La definizione e l'attuazione delle attività contenute in un piano di comunicazione diventano sempre più l'anima di nuove concessioni sul suolo pubblico. Il piano di comunicazione dell'Amministrazione diventa quindi lo strumento che consente di programmare le iniziative di comunicazione all'interno di un determinato lasso di tempo per favorire una rapida circolazione delle informazioni ed affermare un network di comunicazione efficace e diffuso sul territorio.

La pubblicità esterna è il media che vive in mezzo ai cittadini e che dai cittadini trova la sua forza. Gli elementi di Arredo Urbano consentono un contatto visivo ravvicinato, intercettano i flussi pedonali e il traffico veicolare assicurando così al messaggio ampia copertura ed elevata frequenza. Diventa quindi il mezzo perfetto, grazie alla sua capillarità e radicamento sul territorio, per raccontare ai cittadini eventi, agende e realtà che li circondano per assicurare nuovi servizi di pubblica utilità a costo zero per una città inclusiva e sostenibile: il Media digitale, inoltre, consente di veicolare comunicazioni istituzionali anche in tempo reale.

1.2 Promozione delle realtà locali

Il progetto prevede l'utilizzo degli impianti pubblicitari di nuova realizzazione (gli "Impianti Pubblicitari in Gestione") al fine di promuovere delle realtà locali - celebrare le eccellenze del territorio bolognese creando modalità interattive attraverso le quali piccole realtà/ start up e Onlus autoctone possano mettersi in mostra e comunicare i loro progetti e le attività realizzate-. La promozione sarà attuata attraverso la realizzazione di un'immagine coordinata del progetto da mostrare ai cittadini, utilizzando il network pubblicitario come principale veicolo di comunicazione, nonché di altri eventuali supporti media integrati al fine di massimizzare l'efficacia del piano.

Il progetto prevede di svolgere questa attività una volta, durante il quinto anno di concessione.

1.3 Promozione della Città di Bologna

Il piano di comunicazione prevede inoltre un'azione di comunicazione, a beneficio della città di Bologna, da svolgersi tramite campagne pubblicitarie che prevedano un'esposizione pubblicitaria non inferiore ai sette giorni ciascuna, utilizzando impianti di pubblicità esterna.

In particolare, il Piano proposto prevede di svolgere per due volte durante la durata del contratto, nel terzo e settimo anno di concessione, una campagna di comunicazione in esterna da svolgersi in due città italiane con popolazione al di sopra dei 300 mila abitanti, avente per oggetto un'azione promozionale della Città di Bologna. Il soggetto della campagna (creatività) sarà scelto a discrezione dell'Amministrazione e riguarderà la promozione, anche in chiave turistica, della città oppure di eventi e manifestazioni. Le suddette campagne saranno a costo zero per la città, ivi compresi eventuali costi di produzione del materiale pubblicitario, anch'essi a carico dell'Aggiudicatario.

1.4 Nuovi servizi di comunicazione digitale

Il Piano di Sostituzione e Digitalizzazione previsto nel progetto prevede interventi sugli impianti pubblicitari che consentiranno un ammodernamento del Sistema di Comunicazione della città, costruendo così un nuovo canale comunicativo digitale che avvicini sempre di più i cittadini, l'amministrazione e il territorio.

La totalità dei nuovi impianti pubblicitari digitali dovranno quindi trasmettere, a partire dalla loro installazione e per l'intera durata della Concessione, a titolo completamente gratuito per l'Amministrazione comunale, comunicazioni istituzionali e/o scopi sociali e/o culturali in misura pari e non inferiore al 4% del periodo espositivo di riferimento (percentuale calcolata sulla durata totale del palinsesto giornaliero) secondo termini e condizioni da meglio specificare e concordare con l'Amministrazione Comunale, garantendo modalità di verifica e controllo delle trasmissioni e/o riproduzione immagini variabili.

La Città di Bologna avrà quindi a disposizione un canale media digitale innovativo a titolo gratuito, attraverso il quale poter organizzare un piano di comunicazione strutturato e permanente, veicolato sui 40 schermi digitali che saranno collocati nelle posizioni previste nel progetto distributivo impianti.

Le comunicazioni istituzionali potranno essere trasmesse sugli impianti pubblicitari digitali tramite immagini dinamiche in modalità cosiddetta "slow motion".