

# Piano di comunicazione 2020

<b>Indice</b>	
<b>Premessa</b>	Pagina 2
<b>1. Il contesto</b>	Pagina 3
<b>2. Obiettivi strategici di comunicazione</b>	Pagina 5
<b>2.1 Affrontare l'emergenza</b>	Pagina 5
<b>2.1.1 La comunicazione di servizio e di emergenza</b>	Pagina 5
<b>2.1.2 La comunicazione culturale in emergenza</b>	Pagina 6
<b>2.2 Nuove tecnologie e servizi al cittadino</b>	Pagina 8
<b>2.2.1 Servizi digitali per i cittadini (nuovo sito, Spid e Pago Pa)</b>	Pagina 9
<b>2.2.2 Alfabetizzazione informatica</b>	Pagina 10
<b>2.3 Partecipazione e cittadinanza attiva</b>	Pagina 12
<b>2.3.1 Percorso partecipativo per ripensare il MMAB</b>	Pagina 12
<b>2.3.2 La revisione del front office dell'Ufficio Unico</b>	Pagina 12
<b>2.3.3 Revisione del sistema dei reclami</b>	Pagina 13
<b>2.3.4 Montelupo di Fuori</b>	Pagina 14
<b>2.3.5 Iniziative di animazione del centro cittadino e del Parco dell'Ambrogiana</b>	Pagina 14
<b>3. La struttura di comunicazione</b>	Pagina 16
<b>4. APPENDICE 1 - Elenco attività Uffici</b>	Pagina 17
<b>5. APPENDICE 2 - Gli strumenti</b>	Pagina 22

## Premessa

Nel corso del primo mandato amministrativo molto è stato fatto per rafforzare il legame fra amministrazione e città.

### Alcuni dati:

nei cinque anni del precedente mandato l'amministrazione comunale ha comunicato con i cittadini attraverso:

- ➔ 1500 comunicati stampa
- ➔ 17 numeri di Montelupo Informa,
- ➔ oltre 7.000 iscritti alla pagina facebook del comune
- ➔ 500.000 contatti del sito istituzionale.

Negli anni passati sono stati attivati nuovi strumenti, in particolare la piattaforma multicanale INFORMABENE, che consente di caricare banche dati di indirizzi con tag specifici e di veicolare i messaggi contemporaneamente attraverso vari canali: sms, mail, telegram, facebook e in casi di particolare necessità anche chiamata vocale.

Inoltre, è stato progettato un nuovo prodotto editoriale: “**Cosa Succede in città**”, che riunisce la programmazione mensile di eventi e iniziative dell'amministrazione e delle associazioni e la promuove attraverso una distribuzione capillare.

Sì è poi lavorato per rafforzare la **comunicazione in emergenza**, con un approccio del tutto nuovo per il nostro comune.

Il presente documento ha l'obiettivo di dialogare con i documenti programmatici dell'ente (in particolare il PEG) al fine di definire le strategie di comunicazione per ciascun obiettivo individuato dall'Amministrazione.

Sono state individuate alcune macro aree di intervento che vengono declinate in singole azioni. Generalmente il Piano di comunicazione viene approvato dall'Amministrazione nei primi mesi dell'anno, ma **le previsioni che avevamo effettuato per il 2020 sono state del tutto scardinate dall'emergenza sanitaria collegata al diffondersi del Coronavirus e si è reso necessario rivederle completamente**: alcune attività sono saltate, come quelle dedicate agli eventi. La festa della ceramica è stata annullata, così come buona parte delle manifestazioni previste per il periodo compreso fra marzo e settembre. In molti casi le attività propedeutiche erano già iniziate e sono state interrotte. **Nonostante ciò, non abbiamo voluto rinunciare alla consueta programmazione delle attività comunicative, che contraddistingue il nostro Ente da anni, pur se effettuata in ritardo.**

Il Piano si conclude con due appendici: una dedicata agli strumenti di comunicazione attivati dall'ente e l'altra che dettaglia gli interventi di comunicazione per ciascun ufficio.

## 1. Il Contesto

La fine del 2019 e l'inizio del 2020 per il comune di Montelupo e per il mondo interno sono stati caratterizzati da eventi che hanno profondamente mutato l'agenda delle priorità.

**Da un punto di vista comunicativo ciò si è tradotto in una costante attenzione dei media alla città di Montelupo, alla necessità di dare informazioni puntuali, corrette e in tempo reale alla stampa e ai cittadini.**

In questo frangente il sindaco è stato coinvolto in maniera costante ed è divenuto l'unico punto di riferimento per stampa e cittadini. Questo ha voluto dire per la struttura **il costante monitoraggio dei canali social dell'ente** e non solo e **la puntuale predisposizione di risposte e informazioni alla cittadinanza.**

**In questa dinamica la pagina Facebook del comune è divenuto un canale privilegiato da cui attingere informazioni.**

Il 10 dicembre 2018 le visite alla pagina Facebook del comune sono state 816, il 10 dicembre del 2019 sono state 11.900 e nei giorni successivi, pur diminuendo, si sono attestate su punte molto più alte rispetto alle performance dell'anno precedente.

In una situazione già profondamente in evoluzione per quanto riguarda la comunicazione dell'ente e l'approccio dei cittadini si è verificata l'emergenza dettata dal Coronavirus.

In pochi giorni sono mutate priorità (economiche, sociali e anche di comunicazione) e i paradigmi (cioè le modalità con cui si comunica e le relative reazioni delle persone).

Scriva il sociologo Antonino Calabrese:

*«Internet ha permeato qualsiasi aspetto della nostra realtà, incidendo sempre più fortemente sulle nostre abitudini, i nostri hobbies e persino sui nostri bisogni. E lo ha fatto soprattutto sui giovani. Si tratta di una trasformazione socio-tecnologica talmente influente da condizionare i processi di creazione, scambio e distribuzione di valori. Sono ormai sempre di più le aziende click e mortar, ovvero le aziende tradizionali che irrompono sul web per garantire nuovi e migliori servizi all'utenza, nonché quelle che decidono di investire o addirittura nascere online».*

Questo documento si riferisce alle attività di comunicazione dell'ente, la cui pianificazione è stata stravolta dagli avvenimenti descritti:

- **annullamento eventi.** Le nostre campagne erano fino ai primi di marzo 2020 orientate alla promozione delle iniziative promosse dal comune. Circa il 60% della nostra comunicazione (on line e off line) ne era interessata. All'indomani della diffusione del Coronavirus tutti gli eventi sono stati annullati e la comunicazione orientata alla promozione è praticamente sparita. Anche se nella fase due potranno essere riattivate alcune iniziative, saranno comunque residuali rispetto alla programmazione pre Coronavirus.
- **la comunicazione si svolge quasi esclusivamente on line.** Le persone rimaste a casa per lungo tempo hanno forzatamente usato i canali social, i siti internet e, al massimo, la televisione o la radio per informarsi. Dal mese di marzo si è fermata la produzione di tutta la cartellonistica, non è più stato prodotto il mensile COSA SUCCEDE IN CITTÀ; così come il periodico Montelupo Informa, fermato proprio mentre era in stampa.

Sia i canali social dell'ente, sia i siti (in particolare quello dell'ente e il blog del MMAB) hanno registrato un incredibile incremento di visite.

A livello generale i giornali hanno assunto sempre più un ruolo di "commentatori", mentre le notizie sono state date in presa diretta attraverso i canali social.

Lo stesso Presidente del Consiglio ha scelto di annunciare in diretta i diversi provvedimenti, facendo saltare di fatto il ruolo di intermediazione della stampa.

- **cambiano i contenuti e l'agenda setting.** Dal mese di marzo tutto il mondo dell'informazione ruota attorno all'emergenza Coronavirus e l'impronta è stata per i primi due mesi quella di "comunicazione di emergenza".

Con l'avvio della FASE 2 la priorità è quella di conciliare l'attenzione alla sicurezza con il rilancio in sostegno delle attività economiche.

## 1. Obiettivi strategici di comunicazione

In questo contesto, in relazione con il PEG e con il piano degli obiettivi sono stati individuati per il 2020 tre macro obiettivi strategici, declinati in azioni specifiche.

### 2.1 Affrontare e gestire l'emergenza

#### 2.1.1 La comunicazione di servizio e di emergenza

##### Obiettivi di comunicazione

- Informare i cittadini sulla reale situazione
- Predisporre una comunicazione omogenea e coordinata dedicata all'emergenza "in tempo di pace"
- Motivare la cittadinanza a stare a casa e ad osservare le norme di contenimento
- Fornire loro indicazioni specifiche su servizi, opportunità e sostegni materiali ed economici

##### Azioni di comunicazione

Il comune di Montelupo fa parte del coordinamento della comunicazione dell'Unione dei comuni nell'ambito del quale è stata elaborata una strategia di comunicazione e sensibilizzazione dei cittadini attraverso la predisposizione di appositi materiali grafici e la codificazione di azioni da adottare in relazione ai diversi livelli di emergenza.

Sono state predisposte:

- schede informative relative ai comportamenti da tenere in occasione delle diverse emergenze e dei differenti livelli di emergenza,
- una procedura standardizzata di comunicazione che prevede in modo differenziato l'uso della piattaforma INFORMABENE.
- messaggi codificati e uguali per tutti i comuni da trasmettere ai cittadini
- momenti di formazione e sensibilizzazione della popolazione.

Un discorso a parte riguarda tutto quello che è accaduto a seguito dell'emergenza sanitaria legata al Coronavirus che in pochi giorni ha cambiato le priorità dell'ente.

A seguito del DPCM del 12 marzo è stato necessario intervenire per comunicare in maniera diretta e puntuale tutte le novità che derivavano dalle indicazioni ministeriali e la loro ricaduta sul territorio.

Ecco nel dettaglio le azioni avviate

- creazione di un'area del sito dedicata, in cui i cittadini potessero trovare tutte le informazioni relative all'emergenza sanitaria, chiaramente identificata da un banner in home page;
- elaborazione di un'apposita linea grafica per identificare tutte le azioni di sostegno e i provvedimenti concernenti l'emergenza sanitaria;
- studio di una campagna social finalizzata ad informare i cittadini e a far sì che il comune fosse il referente principale da cui attingere informazioni;

- avvio di una diretta Facebook del sindaco, finalizzata a dare informazioni e a ricreare il senso di comunità; a rassicurare e a motivare i cittadini a tenere comportamenti corretti;
- utilizzo del sistema Informabene per l'invio di messaggi telegram e mail;
- attività di coordinamento fra gli uffici stampa degli 11 comuni dell'Unione Empolese - Valdelsa al fine di uscire con una comunicazione coordinata e omogenea;
- attività di informazione attraverso telefono e mail svolta dall'ufficio unico.

#### **Indicatori di risultato**

- incremento visite al sito internet del comune dal 6 marzo
- incremento visualizzazione e persone che seguono la pagina Facebook del comune
- soglia di almeno 500 persone che seguono le dirette informative del sindaco
- incremento del numero di persone che hanno contattato l'ufficio unico tramite telefono e mail.

## **2.1.2 La comunicazione culturale in emergenza**

#### **Obiettivi di comunicazione**

- Trovare soluzioni alternative alla consueta fruizione culturale
- Rafforzare il senso di comunità

#### **Azioni di comunicazione**

##### **Progetto “La cultura che resiste” declinato in:**

**1) Ghostwriters: Montelupo / Racconta. Diario collettivo ai tempi del Coronavirus.** Si tratta di un diario aperto ai contributi di tutta la cittadinanza e condiviso attraverso la piattaforma esistente del blog della biblioteca. Un luogo di accoglienza per pensieri, sensazioni e riflessioni uniti strettamente a questo periodo storico che costituisce un unicum per le generazioni che attualmente lo stanno vivendo e subendo.

- Strumenti e azioni comunicative di supporto:
  - a) trasformazione grafica e stilistica del blog della biblioteca nel blog “Ghostwriters”
  - b) grafica ad hoc per blog e social
  - c) post grafico di facebook per invitare le persone a scrivere con frase di forte impatto visivo e linguistico.
  - d) collegamento diretto degli articoli alla pagina facebook del Comune per la maggiore visibilità e programmazione post di facebook anche sulla pagina facebook del MMAB;
  - e) comunicato stampa di lancio dell’iniziativa e comunicato stampa per aggiornare sui risultati raggiunti in poco tempo
  - f) lancio dell’iniziativa durante la diretta facebook del Sindaco
  - g) diffusione dell’iniziativa attraverso newsletter istituzionale
  - h) invito diretto e specifico ai cittadini di Montelupo, conosciuti all’amministrazione, con inclinazione alla scrittura
  - i) aggancio all’Archivio Diaristico Nazionale di Pieve Santo Stefano, dove confluiranno tutti i diari inviati dai montelupini
  - j) promozione attraverso la Libera Università dell’Autobiografia di Anghiari con diretta Facebook dell’assessore per spiegare l’iniziativa

- k) rendicontazione dell'iniziativa durante il Social PA Day (20 maggio 2020)
- l) statistiche a chiusura del progetto
- m) comunicato stampa al raggiungimento dei 100 contributi per il diario.
- n) eventuale confezionamento in un prodotto cartaceo dopo la quarantena (per esempio, come allegato di Montelupo Informa).

**2) Dis/Chiuso.** Il blog del Museo che spiega i contenuti legati agli aspetti storico-artistici più salienti di Montelupo, dalla ceramica della tradizione fino agli spazi dedicati agli interventi d'arte contemporanea più recenti.

- Strumenti e azioni comunicative di supporto:
  - a) **Declinazione del blog in 7 rubriche con altrettanti hashtag:**
    - collezioni museali **#collezionemontelupo**
    - Il Parco della ceramica **#paesaggioceramicamontelupo**
    - Ceramica di Montelupo nel mondo **#monteluponelmondo**
    - Cantieri d'Arte, contemporaneità **#cantieremontelupo**
    - Protagonisti della ceramica **#vitediceramicamontelupo**
    - Progetti in cantiere **#orizzontimontelupo**
    - Archeologia a Montelupo **#archeologiamontelupo**
  - b) Creazione di una grafica ad hoc, declinata nei vari strumenti (sito web del Museo, social)
  - c) Recupero informazioni e fotografie d'archivio per ogni articolo
  - d) Comunicato stampa per il lancio dell'iniziativa
  - e) Lancio dell'iniziativa su diretta Facebook del Sindaco delle 19.00
  - f) Post Facebook e Instagram grafici per promuovere l'iniziativa

In assenza delle consuete modalità di fruizione dei contenuti culturali del MMAB, le pagine Facebook disponibili diventano veicoli di contenuti multimediali.

A partire dall'inizio della FASE 2 e con la conclusione del progetto GHOST WRITERS il blog del MMAB e le pagine social sono interessati dal progetto MMABedi: MMAB ogni giorno.

Una pubblicazione calendarizzata e tematica di articoli, post e approfondimenti.

### **Indicatori di risultato**

- Numero visite mensili al blog della biblioteca dal 1 aprile al 30 aprile 2020: almeno 5.000
- Numero di diari raccolti: almeno 50.
- Numero di articoli sul blog del museo: almeno 2 a settimana.
- Numero di visualizzazioni per ogni articolo Dis|Chiuso su facebook: almeno 300.
- Numero di voci rivisitate: almeno 5.

## 2.2 Nuove tecnologie e servizi al cittadino

L'emergenza sanitaria ha accelerato un processo già avviato di passaggio al digitale e ha messo in evidenza la necessità che la Pubblica Amministrazione adegui in modo più tempestivo i propri strumenti.

Il 3 febbraio 2020 AGID ha pubblicato l'aggiornamento del Piano Triennale 2019-2021, che aggiorna la strategia di trasformazione digitale per lo sviluppo dell'informatica pubblica italiana.

**Il sito internet per gli enti pubblici è diventato elemento centrale della sua azione stessa.**

Il d. lgs 33/2013 attribuisce un ruolo fondamentale al sito internet nell'ambito della trasparenza. Il decreto legislativo [106 del 2018, n.106](#), di fatto attua la direttiva (UE) 2016/2102 relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici).

Secondo quanto riporta il considerando n. 19 della Direttiva UE 2016/2102 "Il contenuto dei siti web e delle applicazioni mobili comprende informazioni sia testuali che non testuali, documenti e moduli scaricabili e forme di interazione a due vie, per esempio il trattamento di moduli digitali e il completamento dei processi di autenticazione, identificazione e pagamento"

AGID (Agenzia Digitale per l'Italia) ha pubblicato il 26 novembre 2019 le nuove Linee guida sull'accessibilità, che fa proprio tale principio e fornisce alle pubbliche amministrazioni indicazioni su come progettare i propri siti affinché siano accessibili, usabili e pongano il cittadino al centro del processo informativo.

Le stesse linee guida prevedono una progressiva digitalizzazione delle procedure e dei servizi e l'integrazione con sistemi di pagamento on line (PAGOPA).

Infine sempre AGID ha fornito indicazioni in merito al design del sito, alla necessità che sia responsive per tutti i device, all'opportunità che la redazione dei testi tenga conto delle tecniche SEO e di principi basilari che favoriscano la fruibilità dei cittadini.

**Per questa ragione la revisione del sito internet, l'integrazione con i servizi on line, ma anche la possibilità di mettere in condizione i cittadini di utilizzare queste possibilità rappresenta uno degli obiettivi cardine del piano di comunicazione.**

## 2.2.1 Servizi digitali per i cittadini

*Un nuovo sito internet, adozione di Pago PA, accessibilità e incentivazione nell'utilizzo di SPID*

Agid a febbraio 2020 ha aggiornato il piano triennale 2019 - 2021 per il passaggio al digitale. La filosofia che ne sta alla base è quella di utilizzare gli strumenti digitali per migliorare i servizi offerti ai cittadini. Vengono fornite indicazioni tecniche, ma anche obiettivi specifici di comunicazione. Il sito del comune è sempre più una porta di accesso per i cittadini ai servizi dell'ente ed elemento di una strategia complessiva:

- *Digital by default*, ovvero “digitale per definizione”: le pubbliche amministrazioni devono fornire servizi digitali come opzione primaria e predefinita;
- *Once only*: le pubbliche amministrazioni non possono chiedere ai cittadini e alle imprese informazioni che già posseggono;
- *Digital identity only*, le PA devono condurre azioni propedeutiche all’adozione di sistemi generalizzati di identità digitale (SPID, CIE);
- **Inclusività e accessibilità dei servizi**: le pubbliche amministrazioni devono progettare servizi pubblici digitali che siano per definizione inclusivi e che vengano incontro alle diverse esigenze delle persone, ad esempio degli anziani e delle persone con disabilità;
- **Inclusività territoriale**: le pubbliche amministrazioni devono progettare servizi pubblici digitali che siano inclusivi anche per le minoranze linguistiche presenti sul territorio nazionale;
- **Apertura e trasparenza dei dati e dei processi amministrativi.**

### **Obiettivi di comunicazione**

#### 1. Realizzazione del nuovo sito entro il 2021.

- Individuare i bisogni degli utenti e mettere il cittadino al centro della progettazione del servizio;
- Rivedere il design del sito: renderlo ergonomico, intuitivo e responsive per i vari device;
- Progettare un sito che risponda alle indicazioni date da AGID per quanto concerne **accessibilità e usabilità**;
- Semplificare del linguaggio e usare per la scrittura le regole SEO;
- Adeguare il sito dell'ente alle nuove necessità di erogazione dei servizi e integrarlo con strumenti che consentano l'espletamento on line di pratiche e pagamenti; affinché gli uffici siano sgravati da parte di tali adempimenti;
- Favorire ulteriormente la trasparenza e collaborazione da parte dei cittadini;
- Prevedere strumenti di monitoraggio costante del sito al fine di adeguarlo alle esigenze dei cittadini.

#### 1. Promuovere l'uso dei servizi online correlandoli a SPID e agevolando i pagamenti on line attraverso il sistema PAGO PA

## **Azioni di comunicazione**

- Coinvolgimento di cittadini e operatori in ogni momento del percorso progettuale, per capire le loro necessità, generare idee e validare le scelte progettuali in corso d'opera;
- Definizione di un gruppo di lavoro
- Ricognizione delle esigenze concrete per modellare i servizi digitali al fine di evitare sprechi, duplicazione di attività e creando servizi utili;
- Mappatura tutte le funzioni del sito
- Ricognizione e controllo dell'attuale accessibilità del sito in base alle indicazioni fornite da AGID e individuare le caratteristiche che dovrà avere il nuovo sito
- Strutturazione dei contenuti in modo semplice e definire di conseguenza un albero del sito: Produrre contenuti utilizzando le regole SEO e pubblicazione di contenuti e documenti sul web rispettando gli obblighi normativi e utilizzando le regole contenute nella guida al linguaggio
- Utilizzo di un sistema di web analytics e interpretazione dei dati quantitativi
- Creare un collegamento chiaro e facilmente accessibile al sistema PAGO PA e prevedere un collegamento anche in ciascuna scheda dei servizi che prevedono un pagamento
- Campagna di informazione per l'uso di SPID attraverso i sociale e un banner sul sito
- Predisporre i form e la modulistica del sito affinché ci sia una modalità di accesso e identificazione per tutti coloro che hanno SPID

## **Risultati attesi a fine 2020**

- Integrazione di nuovi servizi on line e in particolare utilizzo del sistema PAGO PA
- Adeguamento alle indicazioni AGID per quanto riguarda l'accessibilità
- Predisposizione del capitolato e gara per l'individuazione del soggetto che dovrà coadiuvare l'amministrazione nella realizzazione del sito

## **2.2.2 Alfabetizzazione informatica e riduzione del digital divide**

Da realizzarsi con l'attuazione del Servizio Civile Universale e il conseguente impiego di 10 volontari dedicati al progetto.

### **Obiettivi 2020 e 2021**

- Ridurre la distanza tra chi riesce a fruire di servizi e informazioni in modo autonomo attraverso le nuove tecnologie e chi ancora, invece, non ha gli strumenti, le competenze e le conoscenze necessarie.
- Implementare il numero di servizi erogabili online senza nessun intervento "in presenza" da parte degli operatori
- diminuzione dei tempi di erogazione dei servizi e ottimizzazione del processo
- aumentare il senso di fiducia nei confronti dell'Amministrazione Comunale da parte dei cittadini

## **Azioni di comunicazione**

- Targettizzazione del pubblico di riferimento: caratteristiche geografiche, sociodemografiche, psicografiche, per comportamento di fruizione, in base ai benefici ricercati);
- Categorizzazione delle opportunità offerte dagli enti pubblici per tipologia di utenza;
- Per ogni servizio offerto dal Comune, individuazione di una possibile modalità di fruizione online;
- Indagine sui bisogni: allestimento di un punto informativo dove un volontario SCU chiede alle persone in attesa del proprio turno o in uscita dallo sportello, se sono interessate a conoscere le modalità di fruizione online e se si fanno una breve intervista all'utente;
- In base ai risultati dell'indagine, messa in campo di azioni mirate (corso di formazione, help desk telefonico per lo svolgimento di pratiche da casa, semplificazione degli strumenti e dei passaggi procedurali per le domande online, ecc...);
- Creazione di una rubrica sui canali social dell'ente dedicata alla descrizione dell'iter procedurale in modo chiaro, sintetico e immediato (#uniterunlick);
- Realizzazione di video tutorial per spiegare come fare le singole pratiche online;
- Trasformazione delle schede riferite ai servizi in infografiche da inserire nell'apposita rubrica che spieghino in modo semplice e diretto cosa viene offerto e a quale categoria di persone;
- Creazione di una rubrica da diffondere sui canali social istituzionali per illustrare le attività dei singoli uffici e delle attività promosse o sostenute dal Comune di Montelupo (#ilcomunesonoi);
- Video interviste ai responsabili degli uffici comunali da inserire nell'apposita rubrica per spiegare le attività svolte e le finalità e per mostrare il "volto" del comune: il lato umano della macchina amministrativa, spesso percepita come qualcosa di freddo e distaccato rispetto alle persone;
- Monitoraggio iniziale, in itinere e finale di tutte le pratiche, le informazioni e i servizi erogati in modalità "a distanza" (telefono, mail, form online, ecc...) invece che in presenza;
- Valutazione della qualità del progetto attraverso questionari specifici per chi ha seguito la formazione o ha avuto accesso all'help desk da remoto per le pratiche online.

#### **indicatori**

- Numero servizi erogabili online
- Numero rubriche social
- Numero partecipanti corsi di formazione specifici
- Numero di pratiche svolte completamente a distanza

## **3.3 Partecipazione e cittadinanza attiva**

### **3.3.1 Un percorso partecipativo per il nuovo MMAB**

#### **obiettivi**

Ottimizzare gli spazi del MMAB in funzione dei fruitori continuativi principali degli spazi stessi: i giovani studenti.

#### **Azioni di comunicazione**

- a) Indagine di mercato e benchmarking per individuare le agenzie che potrebbero realizzare al meglio il percorso partecipativo;
- b) Coinvolgimento del pubblico di riferimento attraverso somministrazione di questionari e interviste in presenza ma anche attraverso strumenti digitali;
- c) Indagine qualitativa su un ristretto numero di utenti considerati "forti" (almeno tre giorni a settimana di presenza al MMAB);
- d) Comunicato stampa per spiegare il processo partecipativo alla cittadinanza;
- e) Struttura di uno spazio web (agganciato sia al sito istituzionale del Comune sia al blog della biblioteca e al portale territoriale) dove rendere disponibile il progetto, i materiali e le modalità per partecipare al processo partecipativo;
- f) Grafica ad hoc, declinata per tutti gli strumenti di comunicazione usati;
- g) Totem in forex con grafica coordinata da installare al MMAB per i contributi cartacei,
- h) Manifesti 70X100 per invitare alla partecipazione l'intera cittadinanza;
- i) Newsletter per invitare alla partecipazione gli iscritti della biblioteca;
- j) Statistiche e report finale dei risultati

#### **Indicatori**

Partecipazione di almeno 100 persone al percorso partecipativo.

### **3.3.2 La revisione del front office dell'Ufficio Unico**

Fra il 2019 e il 2020 è stato effettuato l'intervento di ristrutturazione del palazzo comunale, che ha interessato in prevalenza la parte esterna e il piano terreno.

Nell'ambito di questo progetto è stato anche ripensato l'accesso all'Ufficio Unico

#### **OBIETTIVI**

- Potenziare la comunicazione funzionale e di tutto il sistema informativo a supporto dell'erogazione dei servizi e degli operatori di front-line: l'obiettivo è quello di fornire al cittadino servizi sempre più rispondenti alle proprie esigenze informative e ai propri tempi e competenze.
- Migliorare la conoscenza, da parte dei fruitori dei nostri servizi, delle potenzialità artistiche e naturalistiche del nostro territorio e delle iniziative ed eventi organizzati dall'amministrazione comunale.

#### **DESCRIZIONE**

1. Riorganizzazione del flusso informativo tramite:
2. la predisposizione di un servizio di prima accoglienza al cittadino con operatore;

3. la previsione di un filtro informativo immediatamente percepibile (salvacode e cartellonistica) per la scelta da parte del cittadino delle varie opzioni disponibili;
  4. l'organizzazione di spazi distinti per servizi forniti da soggetti esterni, risposte ad esigenze veloci, erogazione di servizi complessi.
5. Revisione di tutta la cartellonistica e dalla implementazione delle informazioni di servizio.

#### **Risultati attesi a fine 2020**

- Riorganizzazione flussi e salvacode
- Realizzazione nuova segnaletica e pannellonistica
- Restyling vetrine e caratterizzazione ceramica
- Risultati indagine di customer su nuova organizzazione del servizio

### **3.3.3 Revisione del sistema di gestione dei reclami**

Dal 2009 la gestione del sistema dei reclami, svolta dall'Ufficio Unico, avviene attraverso un software in riuso denominato "Rekla" che, dopo oltre dieci anni, evidenzia tutti i suoi limiti.

Fra il 2020 e il 2021 si prevede di rivedere il sistema di gestione dei reclami.

#### **Obiettivi di comunicazione 2020- 2021**

Ridurre i tempi di risposta e migliorare la qualità dell'interazione da parte dei degli uffici

#### **Azioni di comunicazione**

- Individuare soluzioni metodologiche e tecnologiche per automatizzare i processi;
- Definizione di FAQ;
- Formazione del personale;
- Collaborazione diretta del personale operaio, operativo quotidianamente sul territorio;
- Definizione di referenti dedicati per ciascun servizio;
- Miglioramento della comunicazione interna;
- Potenziamento degli strumenti di analisi e studio dei dati estratti dal CRM operativo.

Tali interventi potranno essere raggiunti attraverso la Costituzione di un gruppo di lavoro rappresentativo di tutti i servizi e del CED, analisi collettiva dell'attuale sistema e dei suoi limiti e criticità e individuazione di soluzioni tecniche e organizzative da implementare per il conseguimento di performance migliori.

#### **Risultati attesi a fine 2020**

- Riduzione dei tempi di risposta da parte degli uffici all'URP del 20% nel 2020 e del 15% nel 2021.
- Riduzione dei tempi di risposta da parte dell'URP al cittadino del 20% nel 2020 e del 15% nel 2021.
- Omogenizzazione delle modalità di risposta fra i diversi canali
- Individuazione di un nuovo strumento tecnologico più efficace per la gestione del sistema o implementazione dell'attuale (2021)
- Individuazione di Faq e loro pubblicazione sul sito (2021)

### 3.3.4 Montelupo di fuori: sostegno alle attività di ristorazione

Il progetto scaturisce proprio a seguito dell'emergenza sanitaria, della difficoltà di alcuni esercizi commerciali ad attenersi alle prescrizioni date per la FASE 2 e del fatto che uno dei settori più colpiti è proprio quello della ristorazione.

L'amministrazione comunale ha quindi deciso non richiedere il pagamento della COSAP, consentendo a bar, ristoranti, gelaterie, etc di collocare tavolini e dehors in aree pubbliche.

#### Obiettivi

1. Sostenere il commercio
2. Incentivare i cittadini a uscire e vivere Montelupo
3. Richiamare persone da fuori

#### Azioni di comunicazione

È stata elaborata una linea di comunicazione coordinata che identifica chiaramente tutti i soggetti aderenti ed ha la funzione di rendere maggiormente vivace la città.

- Studio di una linea grafica dedicata e declinazione su strumenti cartacei e on line
- Campagna social
- Creazione di un'area specifica sul sito del comune
- Predisposizione di segnaletica esterna la cui collocazione deve essere concordata di volta in volta con gli esercizi commerciali
- Collaborazione con l'emittente Radio Lady per la trasmissione della programmazione radiofonica in filo diffusione, con l'integrazione di spot mirati dedicati alle attività commerciali del centro cittadino e campagna radiofonica a supporto
- Realizzazione di video promozionali delle attività commerciali del centro cittadino da mandare sui canali social e sullo schermo del cinema estivo.

#### Risultati attesi a fine 2020

- Incremento delle persone che frequentano le attività di ristorazione di Montelupo
- Incrementare la visibilità sulla stampa
- Gradimento da parte degli esercizi commerciali misurato attraverso un breve questionario

### 3.3.5 Iniziative di animazione del centro cittadino e del Parco dell'Ambrogiana

Il comune ha proposto un progetto che nasce dall'esigenza di **riprogrammare le attività di animazione e fruizione culturale e turistica della città** a seguito della situazione di sostanziale annullamento di tutte le attività culturali, ludiche e ricreative dovute all'emergenza sanitaria in corso.

La chiusura delle scuole, delle principali attività rivolte alla cittadinanza da parte delle associazioni, degli spazi di fruizione culturale collettiva, e soprattutto l'annullamento degli eventi culturali e ricreativi del territorio, compresa l'edizione 2020 di Cèramica, unite al periodo trascorso di temporanea chiusura degli esercizi commerciali, di somministrazione e ristorazione, così come l'impossibilità oggettiva di attivare una ricettività turistica, oltre ad avere

inevitabilmente **danneggiato il territorio dal punto di vista economico**, lasciano anche una effettiva assenza di **occasioni di socialità e di fruizione collettiva della città**.

All'allentarsi delle misure necessarie per il contenimento dell'emergenza, risulta quindi opportuno valutare la possibilità di intervenire, almeno dal mese di **luglio**, per colmare parzialmente il vuoto di programmazione e di animazione, cogliendo anche la possibilità di realizzare un pacchetto di interventi potenzialmente capace di attrarre un **turismo interno e di prossimità**, ma non solo locale, indispensabile anche a far riprendere un giro di interesse economico per gli esercizi commerciali e che mira a utilizzare il Parco dell'Ambrogiana come elemento di attrazione e contesto in cui proporre una serie di attività rivolte a diversi pubblici. Proponendo poi iniziative di collegamento e valorizzazione con il centro cittadino.

### **Obiettivi**

- Promuovere il progetto come modalità innovativa e sperimentazione di un nuovo modo di fruire il parco
- Coinvolgere la cittadinanza
- Favorire la partecipazione da parte delle persone dei territori limitrofi

### **Azioni**

- Individuazione di una linea di comunicazione
- Realizzazione di un mini video promozionale in collaborazione con il soggetto che gestirà alcune aree del progetto
- Creazione di un evento specifico sulla pagina Facebook del comune
- Coinvolgimento di tutte le associazioni in modo che facciano piccoli video amatoriali in cui invitano le persone a venire a Montelupo
- Realizzazione di un 2.50x2.50 specifico da mettere nella struttura di Fibbiana
- Prevedere i 70x200 di viale Cento Fiori dedicati per metà al festival e per metà a MONTELUPO DI FUORI
- Conferenza stampa
- Campagna pubblicitaria

### **Risultati attesi a fine 2020**

- 1) Incremento del turismo di prossimità
- 2) Partecipazione alle attività ludiche e di animazione promosse dal Museo della ceramica e dal comune
- 3) Coinvolgimento di tutti i target di età

### 3. La Struttura di comunicazione dell'Ente:

#### Il gruppo di comunicazione

Da molti anni è stato istituito il GRUPPO COMUNICAZIONE come strumento di pianificazione e coordinamento delle attività di comunicazione dell'ente.

La mutata organizzazione del comune e anche delle modalità di lavoro rendono necessario un ripensamento della funzione e della modalità operativa di questo strumento.

È quindi necessario ripensarne ruolo, funzioni e modalità organizzative.

Si propone che il GRUPPO DI COMUNICAZIONE si riunisca con cadenza mensile, con la partecipazione fissa dell'Ufficio Unico, dell'Ufficio Stampa, del MMAB e della Segreteria del sindaco. In base agli argomenti all'ordine del giorno vengono coinvolti i diversi uffici.

#### La Struttura

<b>Servizio di riferimento</b>	Servizio Affari generali Responsabile dott.ssa Valentina Spagli v.spagli@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
<b>Coordinamento attività di comunicazione, aggiornamento web, gestione social</b>	Ufficio Stampa comune di Montelupo Fiorentino dott.ssa Silvia Lami ufficiostampa@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
<b>Attività di comunicazione culturale e supporto attività di comunicazione istituzionale</b>	Dott.ssa Cristina Trinci c.trinci@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
<b>Fondazione Museo Montelupo e attività Museali</b>	Dott.ssa Benedetta Falteri b.falteri@museumontelupo.it
<b>Organizzazione eventi</b>	Dott. Massimiliano Cubattoli c.cubattoili@comune.montelupo-fiorentino.fi.it
<b>Relazioni con i cittadini, gestione reclami, pianificazione campagne di comunicazione</b>	Ufficio Unico urp@comune.montelupo-fiorentino.fi.it

## Appendice 1 - Elenco attività uffici

UFFICIO DI RIFERIMENTO	TIPO DI INTERVENTO	DATA	ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE PROGRAMMATA	TIPO DI COMUNICAZIONE
<b>LAVORI PUBBLICI</b>	Inaugurazione 2° lotto scuola e opere accessorie	Settembre	Campagna fotografica/studio di un'immagine coordinata da declinare su: manifesto, depliant, 2.5x2.50, sito internet, campagna FB, Montelupo Informa	Comunicazione Istituzionale
	Completamento lavori ex fornace Cioni	Luglio	Campagna fotografica/studio di un'immagine coordinata da declinare su: manifesto, depliant, 2.5x2.50, sito internet, campagna FB, incontro pubblico, Montelupo Informa	Comunicazione Istituzionale
	Completamento intervento di sistemazione di via Marconi	Data da definire	Inaugurazione, comunicato stampa, notizia sull'articolo di Montelupo Informa e sul sito. Campagna social	Comunicazione Istituzionale
	Rifacimento del piano di gioco del palazzetto dello sport	Data da definire	Comunicato stampa e articolo su Montelupo Informa	Comunicazione Istituzionale
	Parte alta di Montelupo: convenzione e progettazione	Data da definire	Comunicato stampa e articolo su Montelupo Informa	Comunicazione Istituzionale
	Completamento ciclopista dell'Arno	Settembre	Inaugurazione, comunicato stampa, notizia sull'articolo di Montelupo Informa e sul sito. Campagna social	Comunicazione Istituzionale
<b>LLPP _ Ufficio stampa</b>	realizzazione di un'apposita segnaletica coordinata dedicata alle aree sportive al fine di creare una "cittadella dello sport" a Montelupo	Novembre	Affidamento studio apposita linea grafica e soluzioni per collocare i pannelli informativi in modo permanente	Comunicazione Istituzionale
	Segnaletica turistica	Novembre	Definizione progettazione grafica, studio collocazione dei cartelli e definizione del capitolato	Comunicazione Istituzionale
<b>LLPP – URP – PM</b>	Messa in funzione portale di accesso ZTL Fibbiana	ottobre	Studio di una grafica coordinata, mailing mirato ai residenti, manifesto, volantino, campagna social, Montelupo Informa, sezione dedicata sul sito	Comunicazione di servizio

<b>SOCIALE</b>	Bando ass. Case popolari	Aprile	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Bando straordinario affitti per emergenza COVID 19	Aprile	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Bando affitti	Maggio	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Buoni spesa per emergenza Covid 19	Aprile	Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
	Assegni nucleo familiare e maternità/assegni per famiglie con figli disabili		Comunicato stampa, articolo sul sito del comune, notizia su FB	Comunicazione di servizio
<b>SCUOLA</b>	Iscrizioni nido	Aprile	Mailing mirato, notizia sul sito, volantino	Comunicazione di servizio
	Centri estivi	Giugno/Luglio	Mailing mirato, notizia sul sito, volantino, comunicato stampa	Comunicazione di servizio
	Iscrizione mensa e trasporto e relative domande di agevolazione per entrambi i servizi	Luglio	Mailing mirato, notizia sul sito comunicato stampa, notizia sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
	Pacchetto scuola	Maggio	Mailing mirato, notizia sul sito comunicato stampa, notizia sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
<b>URP</b>	Censimento permanente	Ottobre	Notizia sul sito, comunicato stampa, notizia sulla pagina FB del comune	Comunicazione di servizio
	Elezioni regionali e referendum	da definire	Creazione di una sezione apposita sul sito, comunicati stampa per dare le diverse informazioni e il resoconto	Comunicazione di servizio
	Iscrizione albi presidenti e scrutatori per coloro che non sono ancora iscritti	Ottobre/Novembre	Notizia sul sito e sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
	Revisione albo dei giudici popolari		Notizia sul sito e sulla pagina FB	Comunicazione di servizio
<b>TRIBUTI</b>	Comunicazione aliquote IMU – anno 2020	Maggio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Nuovo Regolamento COSAP 2020	Maggio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	TARI: -Scadenza rate anno 2020	Maggio/Giugno	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news	Comunicazione istituzionale

	-Nuova modalità pagamento bollette -Nuove modalità richiesta agevolazione ISEE		sul sito, social	
	Nuovo Regolamento TARI	Giugno/Luglio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	D.L.34/2019 Agevolazioni promozione economia locale (riapertura/ampliamento attività) - delibera GC n. 25/2020	Giugno/Luglio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Tariffe TARI anno 2020	Luglio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Attivazione pagamenti attraverso PagoPA	Luglio	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Remind scadenza del 30/09/2020 per richiesta contributo per promozione economia locale (delibera GC 25/2020)	Settembre	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Nuovo accertamento esecutivo – informativa	Settembre	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Scadenza versamento saldo IMU	novembre	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Scadenza presentazione ISEE per agevolazione TARI 2020	novembre	Comunicato stampa , articolo su Montelupo Informa, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
<b>URBANISTICA EDILIZIA AMBIENTE</b>	Inizio lavori area ex Lux e progetto affitti a prezzi calmierati	Giugno	Comunicato stampa , news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Firma convenzione Colorobbia	Data da definire	Comunicato stampa , news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Piano strutturale intercomunale	Giugno	Coferenza stampa congiunta, news sul sito, social	Comunicazione istituzionale
	Zona Artinvetro. Progettazione e realizzazione della nuova piazza con un progetto caratterizzato da ampie zone a verde, spazi di socializzazione, giochi per bambini	Maggio	Conferenza stampa/articolo Montelupo Informa	Comunicazione istituzionale

	Disinfestazione zanzare. Campagna distribuzione prodotto antilarvale	Maggio	Comunicato stampa, articolo sul sito, campagna Facebook con video di spiegazione, locandine	Comunicazione di servizio
	Attività di promozione del contratto di Fiume Pesa	Ottobre/Novembre	Da dettagliare	Comunicazione istituzionale
<b>FONDAZIONE MIUSEO MONTELUPO</b>	Realizzazione video Museo della ceramica	Maggio		Comunicazione culturale ed eventi
	Realizzazione video aziende del territorio	Maggio/Luglio		Comunicazione culturale ed eventi
	Realizzazione servizio televisivo per BUONGIORNO CERAMICA	Maggio		Comunicazione culturale ed eventi
	Campagna di comunicazione progetto di design Silvana Annicchiarico	Ottobre	Studio linea grafica coordinata, promozione web e social, interessamento stampa specializzata, lancio progetto a Firenze	Comunicazione culturale ed eventi
	Affidamento gestione multisite all'azienda RIOT	Febbraio 2020/Febbraio 2021		Comunicazione culturale ed eventi
<b>BIBLIOTECA – CENTRO GIOVANI</b>	Giorno della memoria per le scuole. Spettacolo Teatrale	Gennaio	Comunicazione online, comunicato stampa, campagna social	Comunicazione culturale ed eventi
	Giorno della memoria cittadinanza Film Mignon	Gennaio	Cosa succede in città/ comunicazione on line /comunicato stampa /campagna social /Manifesto	Comunicazione culturale ed eventi
	Deportazione 8 marzo 1944	Marzo	Manifesto/cosa succede in città/comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	letture dei Favolosi venerdì del MMAB	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	Pensieri a Tavola	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	- Laboratori per bambini (tema naturalistico e teatro comico-relazionale)	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line/volantino	Comunicazione culturale ed eventi
	Appuntamenti della rassegna "Declinazioni Femminili"	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line/volantino/ comunicato stampa/ manifesto	Comunicazione culturale ed eventi
	didattica biblioteca, orario mattutino	gen/feb		Comunicazione culturale ed eventi
	Mercoledì del MMAB (AUSER)	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	Speaker's corner	gen/feb – set/dic	Comunicazione online	Comunicazione culturale ed eventi
	BebèBoomBap	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi

	Un Castello di libri RSA	gen/feb		Comunicazione culturale ed eventi
	Aggiungi un posto a favola	gen/feb	Comunicazione online	Comunicazione culturale ed eventi
	La buona Novella. Omaggio a Fabrizio de Andrè	Febbraio	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	Vive La france	gen/feb	Cosa succede in città/ comunicazione on line / comunicato stampa / volantino	Comunicazione culturale ed eventi
	Libro storia della canzone	Data da definire	Cosa succede in città/ comunicazione on line	Comunicazione culturale ed eventi
	4 novembre	novembre	Manifesto	Comunicazione culturale ed eventi
	presentazione libro notte dell'odio	Data da definire	cosa succede in città/ comunicazione on line/ volantino	Comunicazione culturale ed eventi
<b>Pari opportunità</b>	Declinazioni femminili	Inizio gennaio 2020	Studio di una linea grafica dedicata e declinazione su strumenti cartacei e on line; Campagna social; Articoli su Montelupo Informa; Contatti e mailing con potenziali "portatori di interesse"; Coinvolgimento della stampa locale e regionale	Comunicazione culturale

## Appendice 2 - Gli strumenti

Gli strumenti utilizzati dal comune di Montelupo per comunicare con i cittadini sono molteplici con la finalità di intercettare pubblici diversi. Nella tabella riportata di seguito proponiamo un riepilogo

Strumento/canale	Caratteristiche	Tempi	Ufficio di riferimento
Sito comune	Sito istituzionale, al momento necessita di un ripensamento nell'organizzazione dei contenuti e anche del template	Aggiornamento quotidiano	Supervisione e coordinamento: ufficio stampa; Aggiornamento guida ai servizi: uffici di competenza
Sito promozione turistica	<a href="http://www.stradaceramica.it/">http://www.stradaceramica.it/</a> <a href="http://www.stradaceramica.it">www.stradaceramica.it</a> Sito di recente realizzazione	Settimanale	Supervisione: Ufficio stampa Coordinamento MMAB
Sito Cèramica	<a href="http://www.festaceramica.it/">http://www.festaceramica.it/</a> <a href="http://www.festaceramica.it">www.festaceramica.it</a>	Periodica in occasione della manifestazione	Supervisione: Ufficio stampa Coordinamento MMAB
Sito Museo della ceramica	<a href="http://www.museomontelupo.it/">http://www.museomontelupo.it/</a> <a href="http://www.museomontelupo.it">www.museomontelupo.it</a>	Settimanale	Supervisione: Ufficio stampa Coordinamento MMAB
Blog della biblioteca	<a href="https://bibliotecamontelupo.wordpress.com/">https://bibliotecamontelupo.wordpress.com/</a>	Giornaliera	MMAB
Pagina Fb comune	Informazione e comunicazione di servizio Promozione iniziative Dirette eventi Meteo ed emergenze Post emozionali Interazione	Giornaliera	Ufficio stampa
Pagina FB Ceramica Montelupo	Pagina finalizzata a promuovere la festa della ceramica e ciò che vi ruota intorno. Tale pagina viene utilizzata anche per la promozione territoriale, integrando le attività dell'ufficio turistico	Settimanale	Ufficio stampa Ufficio turistico
Pagina FB Museo Montelupo	Promozione attività del Museo della ceramica		Obiettivo 2020: ripensarne la funzione
Instagram	Pagina che punta sulla promozione della ceramica		Gestita dal Museo della ceramica e dall'Ufficio stampa.
Account Instagram del MMAB	Uno dei progetti di politiche giovanili del 2020 è l'apertura d canale Instagram la cui gestione dovrà essere affidata a due giovani "frequentatori del MMAB", individuati con una call pubblica	Giornaliera	Ufficio stampa MMAB
Informabene	Strumento per la gestione della comunicazione multicanale: piattaforma per gestire: Mailing, Facebook, Twitter, Telegram, SMS, Chiamate vocali	Giornaliero	Ufficio stampa
Stendardi stradali (2.50x2.50)		3 volte all'anno	Ufficio stampa
Montelupo Informa	Periodico di informazione dell'amministrazione comunale	3 uscite nel 2020	Ufficio stampa

Cosa succede in città	Periodico dedicato a promuovere gli eventi che sono previsti a Montelupo	Cadenza mensile; in distribuzione il 1° di ogni mese	Ufficio stampa MMAB
Salvacode		In base alla disponibilità del materiale	Ufficio Unico
Manifesti e materiale grafico	La riconoscibilità è uno degli aspetti fondamentali della comunicazione pubblica: i cittadini devono capire immediatamente che il Comune è il soggetto che organizza un evento o che diffonde un'informazione istituzionale.		Ufficio stampa