

Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica ed Istituzionale
Aderente alla FEACP (Federazione Europea delle Associazioni di Comunicazione Pubblica)

150° ANNIVERSARIO DELL'UNITA' D' ITALIA (1861 – 2011)



CENTOCINQUANTA ANNI
DALL'UNITÀ D'ITALIA
1861-2011



**RICORDIAMO I 150 ANNI DI UNITA'
CON UN GESTO DI SOLIDARIETA'**

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



... lo Stato Italiano nacque nel 1861 dopo l'esito della seconda Guerra d'Indipendenza e dopo i plebisciti degli altri territori conquistati Con la **prima convocazione del Parlamento italiano del 18 febbraio 1861** e la successiva **proclamazione del 17 marzo, Vittorio Emanuele II fu il primo re d'Italia (1861-1878)** ... mancavano ancora Veneto e Friuli, Roma, Trentino-Alto Adige e Venezia Giulia ...

Assume un significato di grande rilevanza, di civiltà e di **responsabilità sociale** il ricordare oggi all'inizio del terzo millennio, all'interno di una **strategia nazionale di federalismo** ed in scenari di globalizzazione e di comunicazione planetaria, la necessità e l'importanza di una strategia comunicazionale collegata all'UNITÀ D'ITALIA.

Proprio perchè **il federalismo** deve essere strumento di rafforzamento **dell'Unità Nazionale** è opportuno, anche nella logica dell'interculturalismo, fare una riflessione non superficiale sul significato e sulla portata autentica della ricorrenza, per un orientamento realistico e concreto al futuro "prossimo venturo": **UNITA' NELLA DIVERSITA'**.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



Se oggi la comunicazione pubblica è in grado di esprimere una indiscussa autorevolezza scientifica e rappresentare, in moltissime Amministrazioni Pubbliche, un'esperienza all'avanguardia per servizi innovativi e progetti tecnologici, gran parte del merito va all'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale.

Introdurre nella Pubblica Amministrazione elementi decisivi per affermare una *diversa cultura della comunicazione* è stato l'impegno costante e coerente dei Comunicatori Pubblici che si sono misurati con difficoltà, ritardi e incomprensioni, forti delle proprie idee e dei propri valori.

La natura stessa dell'Associazione si è sempre più caratterizzata come *interlocutrice fondamentale per definire strategie, norme, percorsi formativi e progetti della comunicazione pubblica*.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



Ecco, in sintesi, le principali tappe dello sviluppo dell'Associazione:

1990 Nasce l'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica e Istituzionale per diffondere la cultura della comunicazione e garantire ruolo e professionalità dei comunicatori pubblici;

1992 Esce il primo numero di "Comunicazione Pubblica", la prima e unica rivista interamente dedicata alle problematiche della comunicazione della Pubblica Amministrazione

1993 L'Associazione inizia la propria battaglia per ottenere la certificazione della professione di "comunicatore pubblico", aderendo all'ICI (*Interassociazione della Comunicazione d'Impresa*)

1995 Viene edito, su incarico del CNEL, il primo Rapporto sulla Comunicazione Pubblica in Italia

1996 Viene istituito a Bologna, insieme all'Università locale e alla Scuola Superiore della Pubblica Amministrazione, il primo Master nazionale per comunicatori pubblici

1999 La Commissione Affari Costituzionali della Camera approva, il 22 settembre, in sede legislativa il disegno di legge Frattini-Di Bisceglie che ha impegnato in prima fila l'Associazione

2003 L'Assemblea nazionale dell'Associazione approva il Codice deontologico e di buona condotta e i Profili professionali dei comunicatori pubblici

2004 viene approvata la "Carta di Bologna". Nasce così la FEACP (Federazione Europea delle Associazioni di Comunicazione Pubblica)

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





Ad oggi l'Associazione Italiana della Comunicazione Pubblica ed Istituzionale coinvolge nelle sue attività:

- **1.300** tra Associati e Volontari della Comunicazione Pubblica, sparsi per le molte Aziende della PA italiana;
- **10.000** Contatti nominativi e variee Referenze che raggiunge attraverso propri strumenti di contatto e comunicazione;
- **11.000** Utenti abbonati alle news periodiche;
- **100.000** Studenti iscritti alle Facoltà Universitarie di Scienze della Comunicazione.

Realizza incontri fiere ed avvenimenti collegati alla comunicazione pubblica. Coordina la conferenza dei Rettori dell'Università della comunicazione e l'attività didattica e di formazione

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





Premessa

Il Progetto *ITALIA UNITA DUEMILAUNDICI* prevede la creazione e la divulgazione di una serie di *INIZIATIVE* e di *strumenti* di servizio utili ad *assistere, rendere omogenea e coordinare* la comunicazione per le

Celebrazioni dell'Anniversario dei 150 anni dell'Unità d'Italia

Il motivo che ispira il Progetto è la consapevolezza dell'opportunità e della necessità di cogliere l'occasione di una ricorrenza così importante, per coinvolgere tutta la Cittadinanza, compresi i "nuovi" Cittadini (gli ex immigrati, ora cittadini italiani), su temi e valori attinenti la moderna concezione dello Stato Italiano.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



L'ITALIA RICORDA CON IL CUORE



**FESTEGGIAMO
150 ANNI DI UNITA'
CON UN
GESTO DI SOLIDARIETA'**



I GIOVANI PER GLI ANZIANI

Il 2011 è Anno Europeo del Volontariato

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



In questo importante anniversario il progetto vuole ricordare la forza del nostro paese e della nostra unità con un **gesto di solidarietà** che coinvolga proprio i cittadini più giovani nel sostenere il volontariato verso gli anziani.

I giovani aiutano gli anziani: una raccolta fondi nelle Scuole medie e superiori per sostenere i tantissimi anziani soli attraverso le **organizzazioni di volontariato**.

Proprio perché in un Paese, ricco come l'Italia, gli Anziani soli e non più in grado di auto sostenersi in modo dignitoso sono una triste realtà che, soprattutto negli ultimi anni, sta assumendo **dimensioni preoccupanti** e che stridono in modo brutale con l'idea di **paese del "benessere" che caratterizza l'Italia**.

Volontà dunque di **fare dell'anniversario** un momento significativo di **costruzione di un rapporto** nuovo e speciale tra le nuove generazione e quelle che, dopo molti sacrifici, sono ora in difficoltà.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



ATTORI E PARTNER

La strategia prevede l'attivazione e l'avvio di questo importante progetto da parte di:

- ❑ **COMUNE E/O PROVINCIA** Lancio dell'iniziativa, coordinamento e governo del Progetto.
- ❑ **SCUOLA** Coinvolgimento/educazione dei giovani ai vari livelli.
- ❑ **VOLONTARIATO** Associazioni di volontariato attive nell'assistenza agli anziani.

I partner tecnici operativi del progetto:

- ❑ **FONDAZIONE** – assistenza tecnico-finanziaria-culturale
- ❑ **SPONSOR TERRITORIALI E BANCA** di riferimento per il supporto finanziario dell'operazione.
- ❑ **COMPUBBLICA** – Associazione comunicatori pubblici.
- ❑ **METAKOM** – supporto operativo e gestione del format.

L'inizio prevede, come riportato di seguito, una serie di Partner e Sponsor che ne supporteranno la realizzazione con risorse proprie o con mezzi finanziari **Nota bene: Tutte le iniziative possono essere finanziate attraverso la legge sul mecenatismo tramite le Imprese locali coinvolte per lo sviluppo sul territorio, nel loro specifico interesse.**

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



Il Progetto, conformemente all'obiettivo strategico dell'**ASSOCIAZIONE ITALIANA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA E ISTITUZIONALE**, vuole "fornire ed attrezzare" gli **Associati di strumenti propositivi** per l'attività che gli Enti intenderanno realizzare per i **150 anni dell'Unità d'Italia**, rafforzandone le capacità di comunicazione. E' prevista la presenza di:

@ Patronati; @ Patrocini; @ Partner; @ Sponsor.

La collaborazione potrà essere allargata ad altri Enti, Associazioni e "riferimenti" locali/territoriali per un ulteriore contributo sostanziale al successo dell'iniziativa.

Il progetto prevede Patrocini Autorevoli, Partnership istituzionali e Sponsor principali e di secondo livello per assistere localmente nel supporto economico e nella diffusione.

Esemplificando: Associazioni di Categoria Economico-Produttive, Gruppo Bancario ed Assicurativo Nazionale e/o Locale – Industrie, Enti e collegati al: "logo Italia": Trenitalia, Alitalia, Ministeri, Enti sovraterritoriali Fondazioni Bancarie, Fondazioni Assicurative, Confederazioni e Organizzazioni Sindacali. L'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani (ANCI), l'Unione Province Italiane (UPI). Associazioni dei Consumatori. Strutture Regionali di promozione economica.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





IL FORMAT

Il progetto è strutturato secondo un “format standard” specifico in rapporto alla tipologia e alle strategie di comunicazione. Il “format standard” potrà essere organizzato mediante un **pacchetto/kit di supporti comunicativi**, in linea di massima articolabile in:

- **Manifesto** per il coinvolgimento pubblico sull'iniziativa
- **Guida/Pubblicazione** espressamente dedicata ai giovani e per le scuole.
- **Volantini - Deplianti**, per la divulgazione capillare.
- **Il Gioco** dei 150 anni dedicato ad attività in ambito scolastico.
- **Salvadanaio-barattolo** per la raccolta dei contributi economici
- **Power Point** dell'iniziativa, per la spiegazione delle componenti strutturali.
- **Oggettistica/Gadget**, penne, bandierine, poster per arredare le aule ecc.
- **Mostra di carta** a pannelli dei 150 anni con personaggi ed avvenimenti.

Il progetto globale può essere integrato con:

- ✓ **Un grande avvenimento di presentazione** per il lancio sul territorio.
- ✓ **Comunicati / ufficio stampa** per agevolazione della comunicazione sui media
- ✓ **Concorso per studenti con viaggio premio** nei luoghi significativi dell'Unità d'Italia.

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA



PROGETTO PER L'ANNIVERSARIO DEI 150 ANNI



CENTOCINQUANTA ANNI
DALL'UNITÀ D'ITALIA
1861-2011

LA REALTA' ARRICCHITA

strumento privilegiato per la comunicazione

La realtà aumentata o arricchita è l'integrazione in tempo reale di oggetti virtuali in una scena reale. Spiegarla è complicato, è molto più semplice mostrarla in funzione. La realtà aumentata è già molto diffusa in chirurgia, nell'automotive, nell'aeronautica; sta ora entrando anche come strumento di potenziamento della comunicazione per il turismo e per la conoscenza, integrazione dunque tra fisico-cartaceo con il multimediale al servizio della conoscenza e dell'informazione.

CAPIRE L'ECONOMIA

INCONTRI DI
CULTURA FINANZIARIA
PER UN APPROCCIO
CONSAPEVOLE
AL MONDO
DEL CREDITO
E DEL RISPARMIO



Capire l'economia, che vede unite le Istituzioni e le Banche di Credito Cooperativo, promuove incontri informativi con lo scopo di aumentare la cultura finanziaria dei cittadini e di migliorarne la consapevolezza nella gestione del proprio denaro e del rapporto con la banca.

"La mia banca è differente" significa anche questo.

Info: Banche di Credito Cooperativo



Il progetto potrebbe prevedere inoltre:

1. Produrre in un applicativo multimediale per **Applestore** con la storia di Italia con foto filmati e descrizioni degli avvenimenti principali
2. Creare veri e propri percorsi storici guidati e coordinati dal "qr code" (=decodificare qualcosa che a occhio nudo non si capisce).
3. Applicare l'assistente verbale al sito della città nel settore Unità d'Italia e la creazione di un blog dell'Unità d'Italia.

Moderna forma di promozione individuale

Sugli iPhone vola la farfalla trentina

La farfalla del Trentino vola in iPhone, i cellulari più alla moda. Trentino Spa s'è inserita nel nuovo medium con una proposta apprezzata dagli amanti della neve e dello sci: le previsioni del tempo e le condizioni delle piste. E non solo. Anche le immagini delle webcam principali aree turistiche con temperature minime e massime, dotazione di piste, di snowpark e altre attrazioni in tre lingue, italiano, tedesco e inglese. Non manca qualche critica sulla precisione e la chiarezza di tutte le informazioni. Ma l'esperienza è ai primi passi, quindi largamente e rapidamente perfebile. Intanto essersi mossi tra i panni è già un punto di merito.



E. Ita

Tutti pazzi per il Qr

Tendenze: il codice a puntini che, se lo inquadrì con il cellulare, racconta tutto di sé piace molto agli italiani. Dopo «Panorama» hanno iniziato a usarlo musei, griffe di moda e aziende vinicole. A breve sbarcherà su Facebook. E c'è chi se lo fa tatuare.

di GUIDO CASTELLANO



Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2008-11
IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





LA COMUNICAZIONE

Prototipo manifesto

**Manifesto prototipo o
linea guida di base
della comunicazione da
definire nel percorso
operativo.**

Prototipo bozza campione manifesto



COMUNE DI SAN REMO
150° ANNIVERSARIO
DELL'UNITÀ D' ITALIA (1861 – 2011)
PROGETTO *ITALIA UNITA DUEMILAUNDICI*
INCONTRO CON LA CITTADINANZA E GLI STUDENTI
verso il 17 marzo 2011 inaugurazione del 150° dell'Unità d'Italia

Qui verranno posizionati i loghi dei Partner e degli sponsor locali

Qui verranno posizionati i loghi degli Sponsor Nazionali del progetto

**“La farfalla è
condannata a causa
delle sue ali, che sono
antieconomiche” Sir
Osbert Sitwell. Cosa
sarebbe il nostro
pianeta senza farfalle
ed il nostro mondo
senza storia, senza
solidarietà, senza arte,
senza cultura.**

Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2008-11

IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





CONCLUSIONE

Le **Risorse** di un TERRITORIO non sono le “cose” che possiede, ma **gli Uomini** che lo costituiscono, che vi partecipano, che da esso traggono il sostentamento; loro, solo loro, sono la vera ricchezza. Solo loro potranno costruire il benessere ed un futuro per se stessi e per il territorio.

Il Progetto ITALIA UNITA DUEMILAUNDICI è occasione per ricordare che tutti gli “attori” di questo Progetto sono, e da sempre, attivi in termini di Responsabilità sociale; **VUOI NELL'ASSISTENZA AL TERRITORIO** alla **CRESCITA ECONOMICA** ed a un **comportamento responsabile**.

Il Progetto ITALIA UNITA DUEMILAUNDICI, fa riferimento alla volontà di voler dare una nuova forza alla capacità di comunicare e “**far riconoscere come valore concreto e solidale**” la **ricorrenza dei 150 anni dell'Unità di Italia**. Vuole costruire un progetto di futuro che sia coerente alle necessità morali e spirituali dell'uomo ricordando che “Tutti dovremmo preoccuparci del futuro, perché là dobbiamo passare il resto della vita”. Charles F. Kettering e che “Il futuro appartiene a quelli che credono nella bellezza dei loro sogni”. Eleanor Roosevelt

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA





Il referente tecnico-operativo: MTK – METAKOM

Hic sunt leones
Tutti i diritti riservati © 2008-11

IDEAZIONE E PROGETTAZIONE MTK METAKOM © 2003

Metakom sistema esperto nella comunicazione istituzionale e finanziaria, progetta e realizza soluzioni innovative attraverso strumenti culturali evoluti, sia in aree tradizionali sia in territori inediti. Presidiare il territorio incrementandone la qualità dell'interazione, il valore della relazione: lì dove è noto che la strategia è "un programma dove si prevede la scansione temporale ed organizzativa delle azioni" e che conduce a dei risultati se è attuato come processo sistematico e non con il "navigare a vista"

Comunicazione istituzionale e finanziaria:

- Ministero delle Finanze – Agenzia delle Entrate *Guida Fiscale Casa – tutte le agevolazioni sulla fiscalità della casa 2004* (diffusione 110.000 copie) e *Progetto Euromondo - Cd rom interattivo* (diffusione scuole italiane) 2002
- Ministero dei Beni Culturali - *La nuova legge sul mecenatismo- prefazione di Giuliano Urbani* 2004 (diffusione 30.000 copie) 2003
- Dirigenza Banca d'Italia - *Il confronto competitivo nelle banche locali - A cura di Claudio Clemente* - (diffusione 3.000 copie) 2003
- Comune di Padova - *Campagna per la Nuova patente a punti* (diffusione 200.000 copie) 2004
- Mariana Militare Italiana *Progetto Scilla e Cariddi - Traversata in gondola dello stretto di Messina* 2003
- Unicef - *Progetto Overland* 1999

Banche e Assicurazioni: Unicredit Banca - Banca Generali - Assicurazioni Generali - Monte dei Paschi di Siena - Gruppo Antonveneta - Bancamarche - Mps Merchant Bank - AXA Assistance - Banca Cassa di Risparmio di Savigliano - Banca Valsabbina – Banca di Credito Cooperativo di Roma – Federazione BCC Veneto - Banca Popolare di Marostica - Catalogo Abiservizi -

GDO: Autogrill SpA - Conad SpA - Carrefour SpA - Kimberly Clark (Scottex)- Gruppo De Longhi - Gruppo Selex - Gruppo A&O - Supermercati GS SpA - Supermercati Unicom SpA (Famila) – Le Case History sono riportate nel sito www.metakom.net

Metakom è Socio Fondatore di donazione del Progetto Microfinanza Campesina in Ecuador – Codesarollo – che ha ricevuto i seguenti riconoscimenti: 1) premio "Sodalitas" 2002 - settore finanziario 2) premio "Takunda" del Cesvi – settore finanziario 3) premio "World Business Awards 2003" – Programma di Sviluppo delle Nazioni Unite (UNPD) e dell' International Chamber of Commerce (ICC) (unica iniziativa italiana)

Metakom è socio fondatore di ISIONLUS imprenditori solidali italiani – progetto di asset building per la creazione di ricchezza nel terzo mondo attraverso la realizzazione delle imprese scuola e della micro impresa. Metakom, inoltre, sostiene la Fondazione Baschirotto per lo studio delle Malattie Rare. Metakom ha ideato progettato e realizzato il "Premio Nazionale per la Responsabilità Sociale dell'Impresa" 2005 – Città di Rovigo – Le informazioni dettagliate si trovano al sito www.premirovigocsr.it

CORAGGIO, CREATIVITÀ, INNOVAZIONE, LAVORO, LIBERTÀ, ECCELLENZA, RADICI, FUTURO, ENERGIA

