

<p><b>Breve descrizione della vostra ricerca di monitoraggio civico</b> (riassumere la ricerca in 280 caratteri e scegliere 5 parole chiave per descriverla)</p> <p>L'ex Pescheria, alias piazzetta Mario ZUCCARINI è un luogo cittadino noto ai più in modo vago, come luogo di vendita del pesce e poi come piccolo ANFITEATRO ospitante eventi. Ma quel luogo ha una STORIA. E a noi interessa scoprirla. Inoltre, da troppo tempo ormai è chiuso e non utilizzabile. Eppure è uno spazio architettonicamente ricco di cultura e di bellezza nel CUORE pulsante della CITTA'. Andiamo a riscoprirlo!</p>	<p><b>Dati di contesto:</b> quali dati hai trovato sul tuo tema di riferimento? (vedi slide “trovare dati e informazioni di contesto”)</p> <p><i>Siti web istituzionali (Comune di Chieti, Regione Abruzzo, Istat, Tribunale di Chieti), testate giornalistiche web, comunicati alla stampa, articoli degli Enti</i></p>	<p><b>Progetto e tema scelti</b> (nome, breve descrizione, tema)</p> <p><b>CUP E71E18000080006</b></p> <p><b>SINTESI:</b>  <b>RIQUALIFICAZIONE ARCHITETTONICA RECUPERO FUNZIONALE PESCHERIA ARNIENSE</b>      <b>E EX VIA</b></p>	<p><b>Persone esperte sul tema</b> da coinvolgere sul territorio (referenti territoriali Interreg, referenti centri Europe Direct, PA, altri esperti, giornalisti ecc.)</p> <p><i>Europe Direct</i></p> <p><i>Regione Abruzzo-Assessorato con Delega all'Urbanistica ed al Territorio</i></p> <p><i>Comune di Chieti Assessorato ai Lavori Pubblici, V° settore LLPP, 6° servizio Verde pubblico, arredo urbano)</i></p> <p><i>Istat</i></p> <p><i>Isfol</i></p>	<p><b>Format di Comunicazione e strategia di coinvolgimento</b> (Quale format scegliete per comunicare la vostra ricerca e quali strategie mettete in campo per coinvolgere la comunità locale. Vedi slide “scegli il format adatto”)</p> <p><i>La strategia di comunicazione prevede l'uso massiccio di social media e mezzi più tradizionali di comunicazione.</i></p> <p><i>Facebook – inteso come il social che capta il raggio più ampio di pubblico</i></p> <p><i>Instagram – il social che ha l'utenza più giovane (fascia di pubblico tra i 14 e i 30 anni), maggior lavoro con immagini e filmati, testi brevi, hashtag, immediatezza, incisività</i></p> <p><i>Comunicazioni a stampa, testate online, tv, radio</i></p>
<p><b>Ricerche aggiuntive:</b> scegli 3 tra i metodi di ricerca aggiuntivi (vedi slide “scegli una tecnica di ricerca”)</p> <p><i>sondaggi, rilevazioni, interviste ad esercenti commerciali, interviste alla popolazione urbana; fonti secondarie</i></p>	<p><b>Valore per la comunità:</b> in quale modo la vostra ricerca potrà avere impatto sul vostro territorio? quali effetti e approfondimenti ulteriori la vostra ricerca potrebbe innescare? a quali categorie di persone potrebbe interessare?</p> <p><i>Sensibilizzare ulteriormente all'importanza delle infrastrutture per l'aggregazione sociale e la conoscenza della storia e della cultura dei propri luoghi</i></p>			