

RIQUALIFICAZIONE DI PIAZZA CARAFA

DESCRIZIONE DELLA RICERCA DI MONITORAGGIO

Gli abitanti di un luogo ne sono i primi veri turisti. Riscoperta, riqualificazione, sostenibilità, attrattività, cultura: le chiavi del nostro monitoraggio del progetto di riqualificazione di Piazza Carafa a Chieti, per sensibilizzare giovani e cittadinanza a vivere i propri luoghi.

ESPERTI SUL TEMA

Europe Direct; Regione Abruzzo Assessorato con Delega all'Urbanistica ed al Territorio; Comune di Chieti Assessorato ai Lavori Pubblici, V° settore LLPP; Azienda Pubblica Servizi alla Persona; Istat; Isfol; Eventuali sociologi/architetti dell'Università; Eventuali referenti Tribunale; Eventuali Associazioni locali di promozione dell'arte; Rete nazionale Lo Stato dei Luoghi; eventuali imprenditori civici-city makers.

FORMAT DI COMUNICAZIONE E STRATEGIA DI COINVOLGIMENTO

La strategia di comunicazione prevede l'uso massiccio di social media e mezzi più tradizionali di comunicazione.

- Facebook - inteso come il social che capta il raggio più ampio di pubblico.
- 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.
- Twitter e LinkedIn - i social a carattere più istituzionale, dove poter pensare anche ad articoli e divulgazione più impegnata sui testi e gli approfondimenti.
- Comunicazioni a stampa, testate online, tv, radio.

DATI DI CONTESTO

siti web istituzionali (Comune di Chieti, Regione Abruzzo, Istat, Tribunale di Chieti), testate giornalistiche, comunicati stampa, articoli degli Enti.

PROGETTO E TEMA SCELTI SU

OpenCoesione
Programma Urbano complesso -
Riqualificazione di
Piazza Carafa. Progetto relativo al tema
Inclusione Sociale che prevede un costo
pubblico monitorato pari a
€ 879.064,36 , con pagamenti monitorati
ammontanti a €422.443,99 circa il 48%.
Finanziato dal Fondo per lo Sviluppo e la
Coesione nell'ambito della
programmazione 2007-2013. L'intervento
è tuttora in corso.

VALORI PER LA COMUNITA'

Il luogo non è solo quello che si delimita con confini fisici, il luogo è uno spazio culturale/di lavoro/di vita. Anche se le Information and Communication Technologies, unitamente al web, sembrano voler annullare spazio e tempo, c'è sempre più forte l'esigenza di riaffermare l'identità dei luoghi, concepiti come spazi di vita, per fare in modo che la logica GLOCAL sia effettivamente funzionante, e che nessun luogo resti fuori dall'interconnessione europea e globale. A tal proposito, i primi conoscitori e fruitori dei luoghi sono gli abitanti stessi, che dovrebbero imparare a conoscere al meglio i propri luoghi nelle criticità ed opportunità, e sensibilizzarsi per diventare parte attiva, consapevole e soddisfatta della ridefinizione funzionale ed identitaria dei propri spazi, unitamente ad enti/amministrazione locale ed imprese.

RICERCHE AGGIUNTIVE

sondaggi, rilevazioni, interviste ad esercenti commerciali, pubbliche istituzioni scolastiche, studi professionali presenti nella zona, interviste alla popolazione urbana, fonti secondarie.