

PROGETTO “MUNICIPIO IN RETE”

Comunicazione pubblica video-first e storytelling istituzionale multicanale

Premessa

Negli ultimi anni la comunicazione istituzionale ha assunto una dimensione digitale sempre più ampia: comunicare con i cittadini, mostrare loro l'attività amministrativa su più livelli, significa rendere l'operato amministrativo accessibile e comprensibile nell'ambito della dimensione virtuale dei Social Network, essa stessa in continua evoluzione.

Sempre più cittadini dispongono di un proprio profilo social, spesso su più canali, da Facebook a Instagram fino a Tik Tok: uno spazio pubblico, digitale e contemporaneo, una cosiddetta “piazza virtuale” nella quale fluisce quotidianamente una mole considerevole di informazioni, notizie.

Un'amministrazione pubblica non può prescindere da questa realtà: è in questa “piazza virtuale” che, con l'obiettivo di garantire partecipazione attiva dei cittadini, trasparenza e immediatezza, occorre posizionare il lavoro dell'Ente al servizio della comunità. Comune-Ente inteso come infrastruttura reale composta da funzionari, istruttori, operai, vigili urbani: donne e uomini che quotidianamente svolgono la propria missione sociale e professionale.

Con questo progetto di comunicazione digitale e audiovisiva si intende dare concretezza al Comune di Sant'Antioco e alla sua attività nel complesso, rendendogli visibilità con una presenza comunicativa ufficiale capace di essere riconoscibile attraverso un linguaggio chiaro, efficace e comprensibile, adatto allo spazio digitale contemporaneo.

Contesto e analisi del fabbisogno

L'ente comunale dispone già di una presenza digitale attiva e funzionale sui principali canali social, con una comunicazione basata prevalentemente su contenuti testuali e informativi. Tale modello, pur efficace per l'aggiornamento istituzionale, risulta oggi parzialmente limitato rispetto all'evoluzione delle modalità di consumo dell'informazione da parte della cittadinanza, sempre più orientate verso:

- contenuti video brevi
- linguaggio visuale immediato
- storytelling semplificato
- fruizione da dispositivi mobili.

In particolare, risulta strategico colmare il gap comunicativo con le fasce più giovani della popolazione, attualmente meno intercettate dai canali istituzionali tradizionali.

Obiettivi del progetto

Obiettivo generale

Modernizzare e potenziare la comunicazione istituzionale attraverso un sistema integrato video-first, in grado di migliorare accessibilità, trasparenza e diffusione delle informazioni pubbliche.

Obiettivi specifici

- Rendere più comprensibili le attività amministrative
- Aumentare la diffusione dell'informazione pubblica
- Introdurre linguaggi narrativi e visuali contemporanei
- Attivare un canale dedicato alle nuove generazioni (TikTok)
- Valorizzare il territorio attraverso contenuti audiovisivi professionali
- Rafforzare la percezione di trasparenza dell'ente

- Promozione eventi organizzati dal Comune
- Collaborazione con testate giornalistiche

Strategia di intervento

Il progetto si basa su tre linee operative integrate:

Produzione video istituzionale professionale

Realizzazione di contenuti audiovisivi ad alta qualità con:

- riprese in alta definizione
- utilizzo di drone per valorizzazione territoriale
- montaggio professionale
- sound design e musiche licenziate
- grafica informativa integrata

Tipologie:

- video istituzionali (60–120 secondi)
- storytelling di progetto (prima/durante/dopo) video informativi per cittadini

Scriptwriting e storytelling istituzionale

Ogni contenuto sarà sviluppato a partire da uno script strutturato secondo logiche di comunicazione digitale:

- Hook iniziale (attenzione immediata)
- Contesto del problema
- Azione amministrativa
- Risultato e impatto sul cittadino
- Chiusura informativa

Questo approccio garantisce maggiore comprensibilità e retention del messaggio.

Sistema social integrato multicanale

Distribuzione coordinata dei contenuti su tre piattaforme:

- Facebook Target: 35–65+ anni Funzione: informazione istituzionale e approfondimento
- Instagram Target: 18–45 anni Funzione: storytelling visuale e comunicazione sintetica
- TikTok (nuova attivazione proposta) Target: 13–30 anni

Funzione: divulgazione istituzionale semplificata e ad alta diffusione

Innovazione del progetto

Il progetto introduce elementi innovativi nella comunicazione pubblica:

- adozione di un modello video-first per la PA locale
- utilizzo strutturato di drone storytelling istituzionale
- introduzione di linguaggi nativi per social media
- apertura di un canale TikTok istituzionale
- standardizzazione dello script per contenuti pubblici
- trasformazione della comunicazione da informativa a narrativa

Risultati attesi

- incremento della copertura informativa della comunicazione istituzionale.
- maggiore comprensione delle politiche pubbliche da parte dei cittadini
- ampliamento del pubblico raggiunto (in particolare giovani)
- miglioramento della trasparenza percepita dell'ente
- valorizzazione dell'immagine del territorio comunale
- rafforzamento dell'identità digitale istituzionale

Indicatori di risultato (KPI)

- aumento visualizzazioni contenuti video (+50% stimato nel primo anno)
- aumento engagement social (like, commenti, condivisioni)
- crescita follower su nuovi canali (TikTok e Instagram Reels)
- numero di video prodotti mensilmente (target: 6–10)
- tempo medio di visualizzazione contenuti video
- incremento traffico verso comunicazioni istituzionali

Piano operativo e durata

Durata progetto: 12 mesi

Fase 1 – Setup (mesi 1–2)

- definizione linee editoriali
- creazione format video
- avvio produzione script
- apertura e configurazione canale TikTok

Fase 2 – Produzione (mesi 3–10)

- produzione continua contenuti videoriprese con drone e interviste
- pubblicazione multicanale
- monitoraggio KPI

Fase 3 – Consolidamento (mesi 11–12)

- ottimizzazione format
- analisi risultati
- report finale e linee guida future

Risorse necessarie (stima qualitativa)

- Produzione video professionale (riprese, montaggio, post-produzione)
- Attrezzatura video (camera, stabilizzatori, drone)
- Software di editing e grafica
- Figure professionali dedicate (videomaker, social media strategist, scriptwriter)
- Licenze musicali e materiali multimediali
- Analisi social media.

Sostenibilità del progetto

Il progetto è sostenibile nel medio-lungo periodo grazie a:

- creazione di format riutilizzabili
- standardizzazione del processo produttivo
- integrazione nei flussi comunicativi ordinari dell'ente
- scalabilità dei contenuti senza aumento proporzionale dei costi

Conclusioni e risultati attesi

Il progetto rappresenta un'evoluzione strutturale della comunicazione istituzionale, passando da un modello informativo tradizionale a un sistema contemporaneo basato su contenuti video ad alta qualità e storytelling digitale. L'attivazione di un canale TikTok istituzionale e l'introduzione di produzioni video professionali, infatti, consentono all'ente di allinearsi alle attuali dinamiche comunicative, migliorando accessibilità, trasparenza e partecipazione civica attiva.